



3 1761 11634124 9



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116341249>



Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

1st Quarter 1999

- ▶ Information and Cultural Industries
- ▶ Finance and Insurance Industries
- ▶ Professional, Scientific and Technical Services Industries
- ▶ Accommodation and Food Services Industries
- ▶ Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Feature articles:

- ▶ **Getting connected or staying unplugged: The growing use of computer communications services**
- ▶ **Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs**

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

1^{er} trimestre 1999

- ▶ Industrie de l'information et industrie culturelle
- ▶ Finance et assurances
- ▶ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ▶ Hébergement et services de restauration
- ▶ Arts, spectacles et loisirs

Études spéciales :

- ▶ **Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
- ▶ **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI**



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada

Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Services, Indicators and Analysis, Services Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-6739) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montreal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided, for all users who reside outside the local dialling area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1-800-263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1-800-363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1-800-267-6677
Fax Order line (Canada and United States)	1-877-287-4369

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-016-XPB, is published quarterly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$35.00 per issue and \$116.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$35.00 per issue and US \$116.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-016-XIB for CDN \$26.00 per issue or CDN \$87.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>

Standards of Service to the Public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinales et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Indicateurs des services et analyse, Division des services, Statistique Canada, Ottawa K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-6739) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Régina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677
Numéro de commande par télécopieur (Canada et États-Unis)	1-877-287-4369

Renseignement sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-016-XPB au catalogue paraît trimestriellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 35,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 35,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet (n° 63-016-XIB au catalogue). Un numéro coûte 26,00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 87,00 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

Normes de service au public

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

1st Quarter 1999

- Information and Cultural Industries
- Finance and Insurance Industries
- Professional, Scientific and Technical Services Industries
- Accommodation and Food Services Industries
- Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

1^{er} trimestre 1999

- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Hébergement et services de restauration
- Arts, spectacles et loisirs

Feature articles:

- **Getting connected or staying unplugged: The growing demand for computer communications services**
- **Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs**

Études spéciales :

- **Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
- **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI**

Published by the authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1999

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 1
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 1
ISSN 1480-8382

Frequency: Quarterly

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 1999

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 1
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 1
ISSN 1480-8382

Périodicité : trimestriel

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^p preliminary figures.
- ^e estimate.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^p nombres provisoires.
- ^e estimation.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» - «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 - 1984.



Table of contents

Table des matières

	Page		Page
Preface	5	Préface	5
Services overview	11	Aperçu général des services	11
Feature articles:		Études spéciales :	
Getting connected or staying unplugged: The growing use of computer communications services	17	Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur	17
Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs	35	Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI	35
A Glance at the new North American Industrial Classification System	51	Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord	51
Information and cultural industries	57	Industrie de l'information et industrie culturelle	57
Highlights	61	Faits saillants	61
Analytical Indicators	63	Indicateurs analytiques	63
Finance and insurance industries	67	Finance et assurances	67
Highlights	72	Faits saillants	72
Analytical Indicators	74	Indicateurs analytiques	74
Professional, scientific and technical services industries	79	Services professionnels, scientifiques et techniques	79
Highlights	83	Faits saillants	83
Analytical Indicators	85	Indicateurs analytiques	85
Accommodation and food services industries	89	Hébergement et services de restauration	89
Highlights	92	Faits saillants	92
Analytical Indicators	94	Indicateurs analytiques	94
Arts, entertainment and recreation services industries	98	Arts, spectacles et loisirs	98
Highlights	102	Faits saillants	102
Analytical Indicators	103	Indicateurs analytiques	103
Other services industries	107	Autres services	107
Definitions and concepts	110	Définitions et concepts	110

Acknowledgments

This publication was prepared in Service Industries Division under the direction of:

- **Janice McMechan**, Director, Service Industries Division
- **Gord Baldwin**, Assistant Director, Service Industries Division
- **Don Little**, Editor
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Text and article reviewers:

- Gord Baldwin
- Leslie Bennett
- William Birbeck
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Hélène Meloche
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard

Major data-providing divisions:

- Industrial Organization and Finance Division
- Household Surveys Division
- Labour Division
- Industry Measures and Analysis Division

Remerciements

Cette publication a été rédigée dans la Division des industries de service sous la direction de :

- **Janice McMechan**, Directrice, Division des industries de service
- **Gord Baldwin**, Directeur adjoint, Division des industries de service
- **Don Little**, Éditeur
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Révision des textes et des articles :

- Gord Baldwin
- Leslie Bennett
- William Birbeck
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Hélène Meloche
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard

Principales divisions productrices de données :

- Division de l'organisation et des finances de l'industrie
- Division des enquêtes-ménages
- Division du travail
- Division de la mesure et de l'analyse des industries

Preface

Data on Key Service Industries

Service industries dominate the industrial economies and their importance is growing as a result of globalization and economic restructuring. This growing importance is especially true of the dynamic service industries which are the focus of this publication: information and cultural industries; finance and insurance industries; and professional, scientific and technical services industries. These industries account for a significant proportion of GDP. Moreover, these are the industries that move information, organize finance and property and help businesses do business. As such, they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy. The publication also covers the traveler accommodation and food services industries, and the arts, entertainment and recreation services industries.

Service industries are not all the same and not all have the same dynamic impact on the economy. In total, they account for two-thirds of GDP. That total includes the services covered by this publication as well as government and institutional services, services related to the movement of goods, and services sold primarily to households. Most other service industries are covered by existing statistical programmes, while this publication fills a gap in the coverage by focusing more on services to business. To do this, it draws upon a number of sources and provides information at a level of detail never before produced.

This publication: Data and Analysis

The publication includes one or two feature articles per issue, and most issues include an "A Glance at..." section, which briefly describes notable developments in the services sector. These sections are followed by quarterly statistical indicators for five service industry groupings. The core material includes financial, employment, salary and GDP by industry data that facilitate the analysis of industrial performance. It also includes a services overview section.

Préface

Données sur les principales branches de services

Le secteur des services domine les économies industrielles et prend de plus en plus d'importance en raison de la globalisation et de la restructuration économique. C'est en particulier le cas des branches des services dynamiques qui font l'objet de la présente publication à savoir : industrie de l'information et industrie culturelle; finance et assurances; services professionnels, scientifiques et techniques. Ces branches d'activités représentent une partie appréciable du PIB, et, de plus elles sont celles qui s'occupent de la diffusion de l'information, de l'organisation des finances et de l'immobilier et de l'aide aux entreprises dans la pratique des affaires. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain. La présente publication couvre également les services d'hébergement et de restauration et les arts, spectacles et loisirs.

Les branches de services ne sont pas toutes pareilles et toutes n'ont pas le même impact dynamique sur l'économie. Au total, elles comptent pour les deux tiers du PIB. Ce total recouvre les services examinés dans cette publication ainsi que les services gouvernementaux et institutionnels, les services reliés au mouvement des biens et les services vendus avant tout aux ménages. La plupart des autres branches de services sont couvertes par les programmes statistiques existants, tandis que la présente publication comble une lacune, puisqu'elle porte plus sur les services aux entreprises. Pour cela, elle exploite un certain nombre de sources de données et fournit des renseignements à un niveau de détail sans précédent.

Dans cette publication : Description des données et analyse

On y trouve un ou deux articles de fond par numéro, et la plupart des éditions incluent une section qui décrit brièvement les développements notables ayant lieu dans le secteur des services. Suivent des indicateurs statistiques trimestriels pour cinq groupes du secteur des services. Les données de la partie principale comprennent les données financières, de l'emploi, de la rémunération et du PIB par branche d'activité qui facilitent l'analyse de la performance industrielle. Elle contient également une section consacrée à une vue d'ensemble du secteur des services.

Data Sources

The financial data come from the Quarterly Survey of Financial Statements of the Industrial Organization and Finance Division (IOFD) and refer to non-government business enterprises. These data are classified according to the North American Industrial Classification System (NAICS). As other data sources use other industrial classifications, care is taken to maximize comparability. Employment data come from the monthly Labour Force Survey (LFS) of the Statistics Canada's Household Surveys Division. These data are also classified according to NAICS codes.

The LFS data are presented on a quarterly basis and are not seasonally adjusted. Salary data come from the monthly Survey of Employment, Payrolls and Hours (SEPH) of the Labour Division. They are presented in quarterly annualized series and are not seasonally adjusted. GDP by industry data are produced monthly at the Industry Measures and Analysis Division (IMAD). They are also presented as quarterly annualized series and are seasonally adjusted. The salary and GDP data are broken down according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E).

For the Services Overview section, data are published as produced at the sources. Data on consumer spending come from the National Accounts and Environment Division (NAED). They are annualized, seasonally adjusted series. Data on prices come from the monthly Consumer Price Index (CPI) of the Prices Division and are presented on a quarterly basis. Finally, data on international trade are compiled by the Balance of Payment Division (BOP) and are seasonally adjusted. Seasonally adjusted data are indicated by "s.a."

Data Revisions

Data revisions follow the revision cycles of the sources. Normally LFS and CPI data are not revised. IOFD data are revised only for the previous quarter, and once a year for the previous three years. SEPH data are revised for the previous month and they will affect only the last quarter. IMAD data are revised monthly for all the months of the calendar year. In addition, SEPH and IMAD data are revised annually for several quarters. NAED and BOP data are revised every quarter back to the first quarter of the calendar year and once a year for several quarters.*

Sources des données

Les données financières proviennent du relevé trimestriel des états financiers de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie (DOFI) et recouvrent les entreprises commerciales non gouvernementales. Ces données sont classées selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Comme d'autres sources de données utilisent d'autres classifications des industries, on s'est efforcé de maximiser la comparabilité des données. Les données de l'emploi proviennent de l'Enquête mensuelle sur la population active (EPA), que mène la Division des enquêtes-ménages. Ces données sont aussi classées selon le SCIAN.

Les données de l'EPA sont présentées sous la forme de statistiques trimestrielles brutes. Les données de la rémunération proviennent de l'Enquête mensuelle sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH), que mène la Division du travail. Ces données sont publiées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et brutes. Les données du PIB selon la branche d'activité sont produites chaque mois par la Division des mesures et de l'analyse des industries (DMAI). Elles sont également présentées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et désaisonnalisées. Les données de la rémunération et du PIB sont décomposées selon la classification type des industries pour établissements de 1980 (CTI-E).

Dans la section consacrée au survol du secteur des services, les données sont publiées telles qu'elles sont produites à la source. Les données sur les dépenses de consommation proviennent de la Division des comptes nationaux et de l'environnement (DCNE). Ces données sont des séries annualisées et désaisonnalisées. Les données des prix proviennent de l'indice mensuel des prix à la consommation (IPC) de la Division des prix, et sont présentées sur une base trimestrielle. Enfin, les données du commerce international sont rassemblées par la Division de la balance des paiements (BDP), et les séries sont désaisonnalisées. Les données désaisonnalisées sont désignées par «dés.».

Révision des données

La révision des données suit le cycle de révision des sources. En général, les données de l'EPA et de l'IPC ne sont pas révisées. Les données de la DOFI sont révisées seulement pour le trimestre précédent, et une fois par an pour les trois années précédentes. Les données de l'EERH sont révisées pour le mois précédent, et ceci ne devrait toucher que les statistiques pour le dernier trimestre. Les données de la DMAI sont révisées chaque mois pour tous les mois de l'année civile. Par ailleurs, les données de l'EERH et de la DMAI sont révisées tous les ans pour plusieurs trimestres. Enfin, les données de la DCNE et de la BDP sont révisées tous les trimestres rétrospectivement jusqu'au premier trimestre de l'année civile, et une fois par an pour plusieurs trimestres.*

To ensure clarity, selected analytical ratios, charts and descriptive and analytical notes are dispersed throughout the publication. Tables, charts and notes are complementary and combine to provide a complete picture.

Reader Participation

This publication provides a balanced information package. However, it cannot present all of the available data. Readers are encouraged to suggest additions or changes to the material presented. More specific and immediate data needs can be satisfied on an individual basis. In both cases readers are invited to contact Don Little (Telephone: 613-951-6739 or FAX: 613-951-6696).

Pour des considérations de clarté, des ratios analytiques, des graphiques, des descriptions et des notes analytiques sont dispersés dans toute la publication. Des tableaux, des graphiques et des notes viennent compléter la publication et se combinent pour donner une image complète.

Participation des lecteurs

Cette publication contient un ensemble d'informations bien équilibré. Cependant, elle ne peut présenter toutes les données existantes. Les lecteurs sont invités à proposer des ajouts ou des changements aux données présentées. On peut répondre individuellement aux lecteurs qui ont des besoins plus précis et immédiats en matière de données. Dans les deux cas, les lecteurs sont priés de communiquer avec Don Little (téléphone : 613-951-6739 ou télécopieur : 613-951-6696).

* For more information about the data sources, see *Quarterly financial statistics for enterprises*, (Catalogue No. 61-008), *The Labour Force*, (Catalogue No. 71-001), *Employment, Earnings and Hours*, (Catalogue No. 72-002), *Gross Domestic Product by Industry*, (Catalogue No. 15-001), *National Income and Expenditure Accounts*, (Catalogue No. 13-001), *The Consumer Price Index*, (Catalogue No. 62-001) and *Canada's Balance of International Payments*, (Catalogue No. 67-001).

* Pour plus de renseignements sur les sources de données, consulter *Statistiques financières trimestrielles des entreprises*, (n° 61-008 au catalogue), *La population active*, (n° 71-001 au catalogue), *Emploi, gains et durée du travail*, (n° 72-002 au catalogue), *Produit intérieur brut par industrie*, (n° 15-001 au catalogue), *Comptes nationaux des revenus et dépenses* (n° 13-001 au catalogue), *L'indice des prix à la consommation* (n° 62-001 au catalogue) et *Balance des paiements internationaux du Canada* (n° 67-001 au catalogue).

Thank-you

Thank you for your interest in Services Indicators. Your constant support and feedback will help us to continually improve the quality and usefulness of this publication.

Merci

Merci à notre clientèle pour l'intérêt apporté à Indicateurs des services. Votre support constant et vos commentaires nous aideront à continuer d'améliorer la qualité et l'utilité de cette publication.

Recent Feature Articles

- **Business Services - Part 1: Evolution**
(2nd Quarter 1994)
- **Business Services - Part 2: The Human Side**
(3rd Quarter 1994)
- **Strategic R&D Alliances**
(4th Quarter 1994)
- **The Demand for Telecommunication Services**
(1st Quarter 1995)
- **Television: Glorious Past, Uncertain Future**
(2nd Quarter 1995)
- **The Industrial Organization of the Property and Casualty Insurance Business**
(3rd Quarter 1995)
- **Human Resources in Science and Technology in the Services Sector**
(4th Quarter 1995)
- **Access to the Information Highway**
(1st Quarter 1996)
- **Temporary Help Service Industry: Its Role, Structure and Growth**
(2nd Quarter 1996)
- **Two Decades of Financial Intermediation by the Canadian Insurance Business**
(3rd Quarter 1996)
- **Research and Development in a Service Economy**
(4th Quarter 1996)
- **Access to the Information Highway: The Sequel**
(1st Quarter 1997)
- **Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector**
(2nd Quarter 1997)
- **How Resilient is the Services Sector to Recession?**
(3rd Quarter 1997)

Études spéciales récemment parues

- **Services aux entreprises - Partie 1 : Évolution**
(2^e trimestre 1994)
- **Services aux entreprises - Partie 2 : L'aspect humain**
(3^e trimestre 1994)
- **Alliances stratégiques de R-D**
(4^e trimestre 1994)
- **La demande de services de télécommunications**
(1^{er} trimestre 1995)
- **La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain**
(2^e trimestre 1995)
- **L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers**
(3^e trimestre 1995)
- **Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services**
(4^e trimestre 1995)
- **Accès à l'autoroute de l'information**
(1^{er} trimestre 1996)
- **Le secteur des services d'aide temporaire : rôle, structure et croissance**
(2^e trimestre 1996)
- **Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes**
(3^e trimestre 1996)
- **Recherche et développement dans une économie fondée sur les services**
(4^e trimestre 1996)
- **Accès à l'autoroute de l'information : La suite**
(1^{er} trimestre 1997)
- **Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services**
(2^e trimestre 1997)
- **Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?**
(3^e trimestre 1997)

- **Re-engineering Growth: A Profile of the Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services Industry**
(3rd Quarter 1997)
- **The Software Development and Computer Services Industry: An Overview of Developments in the 1990s**
(4th Quarter 1997)
- **The Emergence of Logistics Services: Measurement Issues**
(4th Quarter 1997)
- **Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector**
(1st Quarter 1998)
- **Leasing Services Industries in the 1990s**
(1st Quarter 1998)
- **"Can I Help You?": The Rise in Household Spending on Services**
(2nd Quarter 1998)
- **Are Jobs Less Stable in the Services Sector?**
(2nd Quarter 1998)
- **Entertainment Services: A Growing Consumer Market**
(3rd Quarter 1998)
- **Employment and Remuneration in the Services Industries Since 1984**
(3rd Quarter 1998)
- **Room Utilization in the Traveller Accommodation Industry**
(4th Quarter 1998)
- **The Gambling Industry: Raising the Stakes**
(4th Quarter 1998)
- **Getting Connected or Staying Unplugged: The Growing Use of Computer Communications Services**
(1st Quarter 1999)
- **Challenges Facing Canada's Internet Service Providers; A Snapshot from a Survey of ISPs**
(1st Quarter 1999)
- **Repenser la croissance : un profil du secteur des services d'architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques**
(3^e trimestre 1997)
- **L'industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l'évolution dans les années 1990**
(4^e trimestre 1997)
- **L'émergence des services logistiques : questions de mesure**
(4^e trimestre 1997)
- **Gains et pertes d'emplois : une étude du secteur des services**
(1^{er} trimestre 1998)
- **Le secteur des services de location au cours des années 1990**
(1^{er} trimestre 1998)
- **«Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services**
(2^e trimestre 1998)
- **Les emplois sont-ils moins stables dans le secteur tertiaire?**
(2^e trimestre 1998)
- **Les services de divertissement : un marché de consommation en croissance**
(3^e trimestre 1998)
- **Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984**
(3^e trimestre 1998)
- **Utilisation des chambres dans le secteur de l'hébergement des voyageurs**
(4^e trimestre 1998)
- **Jeux de hasard : miser gros**
(4^e trimestre 1998)
- **Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
(1^{er} trimestre 1999)
- **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI**
(1^{er} trimestre 1999)

Services Overview

Aperçu général des services

This section presents information that refers to the activity of the services industries. The industries covered under this aggregation, for GDP purposes, are:

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Transportation and Storage (45, 46, 47)

Communications (48)

Wholesale Trade (50-59)

Retail Trade (60-69)

Finance, Insurance and Real Estate (70-76)

Business Services (77)

Government Services (81-84)

Educational Services (85)

Health and Social Services (86)

Accommodation, Food and Beverage Services (91, 92)

Amusement and Recreation (96)

Personal and Household Services (97)

Other Services (98-99)

Information on consumer spending and prices refer to aggregations of service *commodities*. International trade in services comprises the following activities: travel, transportation, commercial services and government transactions and other services.

On présente ici l'activité de l'ensemble des branches de services. Les branches qui auront été agrégées ici pour les renseignements concernant le PIB sont :

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Transport et entreposage (45, 46, 47)

Communications (48)

Commerce de gros (50-59)

Commerce de détail (60-69)

Finances, assurances et services immobiliers (70-76)

Services aux entreprises (77)

Services gouvernementaux (81-84)

Enseignement (85)

Soins de santé et services sociaux (86)

Hébergement et restauration (91, 92)

Services de divertissements et loisirs (96)

Services personnels et domestiques (97)

Autres services (98-99)

Les renseignements concernant les dépenses de consommation et les prix se rapportent aux agrégations des *produits* de services. Le commerce international des services comprend les services suivants : voyages, transports, services commerciaux, opérations gouvernementales, autres services.

Services overview

Highlights — 1st Quarter 1999

Compared to the 4th quarter of 1998:

- Service sector output expanded in real terms by 0.8% this quarter. This was identical to the rate of GDP growth recorded in the goods sector, which had benefited from a strong rebound in consumer spending. Within the services sector, output grew very rapidly this quarter for: the computer and related services industry (+6.2%); telecommunication carriers (+5.0%); radio and television broadcasters (+3.9%) and the wholesale trade industry (+2.8%). Meanwhile, GDP declines were posted for the accommodation services (-1.5%) and insurance (-1.2%) industries.
- Canadian consumers spent more this quarter in response to stable interest rates and recent employment gains. While consumer spending on services did rise by a healthy rate of 0.9%, this was less than half the growth rate for spending on goods. This occurred despite the fact that consumer price inflation for services (+0.9%) was nearly twice as high as inflation for goods (+0.5%). Among services, consumer spending growth was most rapid for recreational services and financial and legal services.
- Canada's trade deficit in services continued to decline, shrinking by 16.7% this quarter to \$1.5 billion. Although a robust U.S. economy helped Canada's services exports to rise slightly this quarter, there was a sharp 2.0% drop in Canadians' imports of services. As a result, this quarter's trade deficit on services was the lowest in eleven years. Moreover, Canada's travel deficit fell under \$200 million for the first time in over twelve years, largely due to record spending by visitors from the United States.

Key Services Indicators

Variables	Growth since last quarter	Growth since same quarter last year
GDP (real)	↑ 0.8%	↑ 3.1%
Cons. Spending	↑ 0.9%	↑ 3.9%
Prices	↓ 0.0%	↑ 1.3%
Exports	↑ 0.2%	↑ 5.6%
Imports	↓ 2.0%	↑ 1.9%
Employment	...	↑ 3.7%

Aperçu général des services

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

Comparaison avec le 4^e trimestre de 1998 :

- Au premier trimestre, la production dans le secteur des services s'est accrue de 0,8 % en chiffres absolus, ce taux étant identique au taux de croissance du PIB dans le secteur des biens, lequel a profité d'une forte reprise des dépenses de consommation. À l'intérieur du secteur des services, des gains très appréciables ont été observés ce trimestre-ci dans les services informatiques et services connexes (+6,2 %), les télécommunications (+5,0 %), la radiodiffusion et la télédiffusion (+3,9 %) ainsi que le commerce de gros (+2,8 %). En revanche, le PIB a reculé dans les secteurs des services d'hébergement (-1,5 %) et des assurances (-1,2 %).
- Les consommateurs canadiens ont accru leurs dépenses au premier trimestre, profitant de la stabilité des taux d'intérêt et des récents gains dans le domaine de l'emploi. Cependant, même si les dépenses des consommateurs au titre des services ont fait un gain appréciable de 0,9 %, cette hausse représente moins de la moitié de l'augmentation au poste des biens. Il est à noter toutefois que le taux d'inflation des prix à la consommation dans le secteur des services (+0,9 %) a été près de deux fois supérieur au taux d'inflation dans le secteur des biens (+0,5 %). Dans le secteur des services, les dépenses des consommateurs ont progressé tout particulièrement au poste des services de loisirs, ainsi que des services financiers et juridiques.
- Le déficit commercial du Canada au titre des services a continué de diminuer, reculant de 16,7 % au premier trimestre pour s'établir à 1,5 milliard de dollars. Ce recul s'explique notamment par la légère hausse des exportations de services vers les États-Unis dont l'économie demeure florissante, mais surtout par la baisse marquée de 2,0 % des importations de services par le Canada. Grâce à cette performance, le déficit commercial au poste des services a atteint au premier trimestre son plus bas niveau en onze ans. De plus, le déficit du Canada au poste des voyages a tombé sous le seuil de 200 millions de dollars, et ce pour la première fois en plus de douze ans, principalement grâce aux dépenses record des visiteurs en provenance des États-Unis.

Indicateurs clés des services

Variables	Croissance depuis le dernier trimestre	Croissance depuis le même trimestre l'année précédente
PIB (réel)	↑ 0,8 %	↑ 3,1 %
Dép. des consom.	↑ 0,9 %	↑ 3,9 %
Prix	↓ 0,0 %	↑ 1,3 %
Exportations	↑ 0,2%	↑ 5,6 %
Importations	↓ 2,0 %	↑ 1,9 %
Emploi	...	↑ 3,7 %

Highlights — 1st Quarter 1999

Compared to the 1st quarter of 1998:

- The GDP for the service sector was 3.1% higher this quarter, in real terms, than it was in the first quarter of 1998. This output growth rate was double the rate that was recorded for the rest of the economy over the same period.
- Compared to last year, output expanded particularly rapidly for: the computer and related services industry (+20.8%); telecommunication carriers (+20.6%); the wholesale trade industry (+11.4%) and cable broadcasting (+8.7%). However, declines in GDP were recorded in accommodation services (-1.7%), educational services (-0.6%), health and social services (-0.2%) and personal and household services (-0.1%).
- Canada's services trade deficit was one-fifth lower this quarter than it was in the first quarter of 1998. Although Canada's services imports rose by \$251 million, this was more than offset by a \$625 million increase in services exports relative to last year.
- The services sector employed 10.7 million people this quarter, up 3.7% relative to the first quarter of 1998. In contrast, the goods sector's workforce expanded by 2.3% over the past year. Within the services sector, job growth rates were especially high in: the motion picture and video industry (+44.3%); amusement parks, arcades and other amusement and recreation activities (+28.3%); and the computer systems design industry (+22.6%). Meanwhile, employment fell sharply in the specialized design services industry (-22.9%).
- Of the 384,000 jobs that have been added in the services sector since the first quarter of 1998, nearly 83% were full-time positions. Moreover, nearly one-third of the 384,000 new jobs involved self-employment.

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

Comparaison avec le 1^{er} trimestre de 1998 :

- Entre le premier trimestre de 1998 et celui de 1999, le PIB du secteur des services a augmenté de 3,1 %, en chiffres absolus; il s'agit d'un taux de croissance deux fois supérieur au taux enregistré dans le reste de l'économie, durant la même période.
- Les gains réalisés par rapport à l'an dernier ont été particulièrement rapides dans les secteurs suivants : services informatiques et services connexes (+20,8 %); télécommunications (+20,6 %); commerce de gros (+11,4 %) et câblodistribution (+8,7 %). En revanche, le PIB a diminué dans les services d'hébergement des voyageurs (-1,7 %), les services d'enseignement (-0,6 %), les soins de santé et l'assistance sociale (-0,2 %) et les services personnels et domestiques (-0,1 %).
- Depuis le premier trimestre de 1998, le déficit commercial du Canada au poste des services a diminué d'un cinquième, l'accroissement de 625 millions de dollars des exportations de services compensant largement la hausse des importations (+251 millions de dollars).
- Au premier trimestre de 1999, 10,7 millions de personnes travaillaient dans le secteur des services, soit 3,7 % de plus qu'au premier trimestre de 1998. Par comparaison, la main d'oeuvre dans le secteur des biens s'est accrue de 2,3 % au cours de la dernière année. À l'intérieur du secteur des services, la création d'emplois a été particulièrement forte dans l'industrie du film et de la vidéo (+44,3 %); les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de divertissement et de loisirs (+28,3 %) et la conception de systèmes informatiques (+22,6 %). Par contre, de fortes pertes d'emploi ont été enregistrées dans les services spécialisés de design (-22,9 %).
- Parmi les 384 000 emplois créés dans le secteur des services depuis le premier trimestre de 1998, près de 83 % sont des emplois à temps plein. De plus, le tiers de ces 384 000 emplois sont des emplois autonomes.

Services sector overview

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

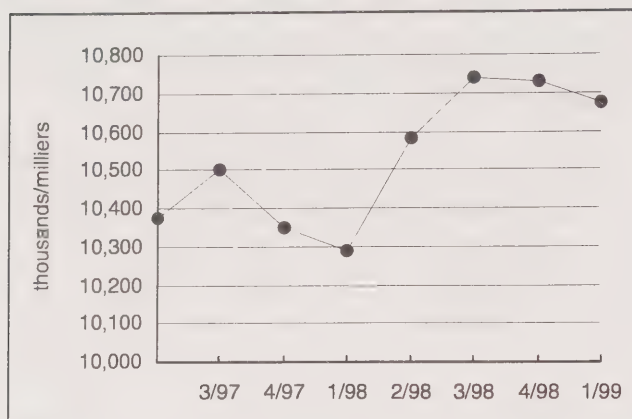


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

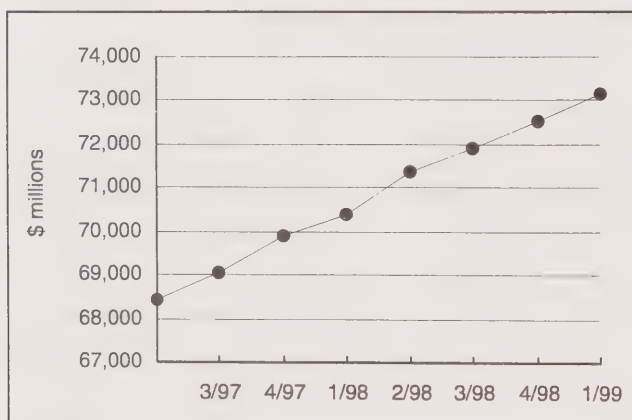
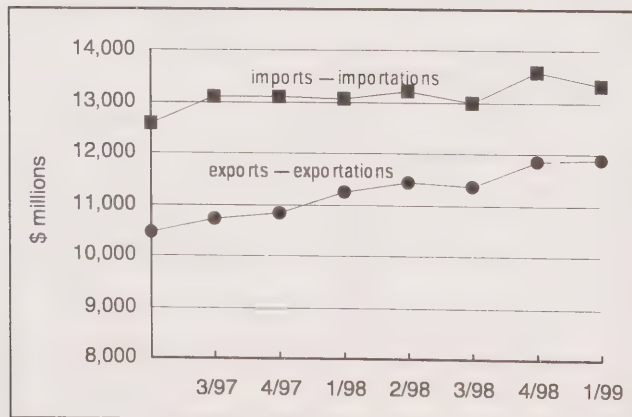


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services



Aperçu général dans le secteur des services

Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

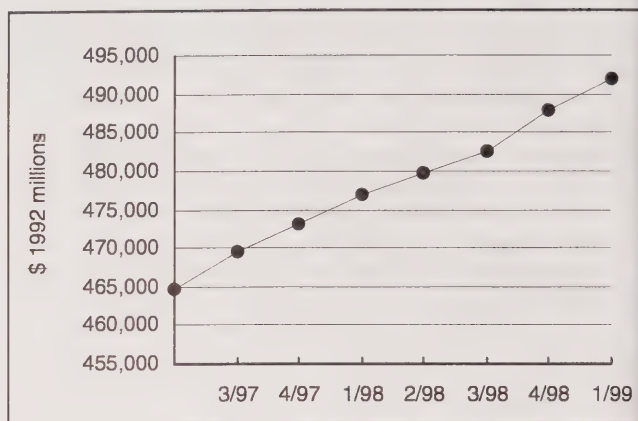


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

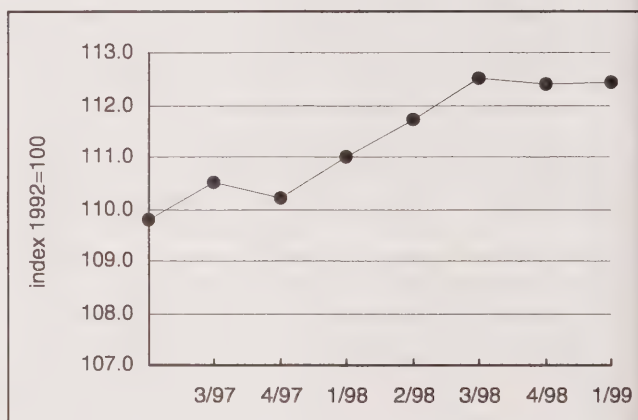


Chart 6. Services trade balance

Graphique 6. Solde du commerce international dans le secteur des services

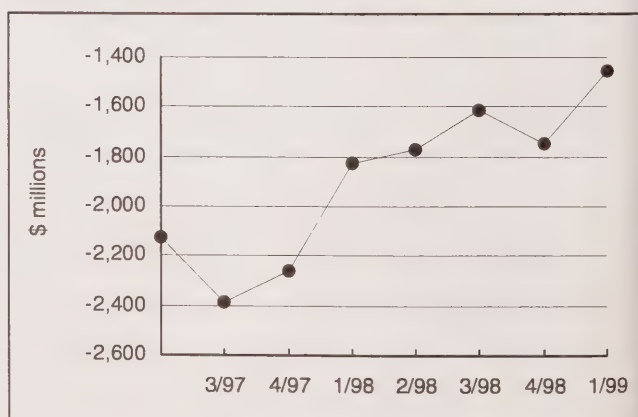


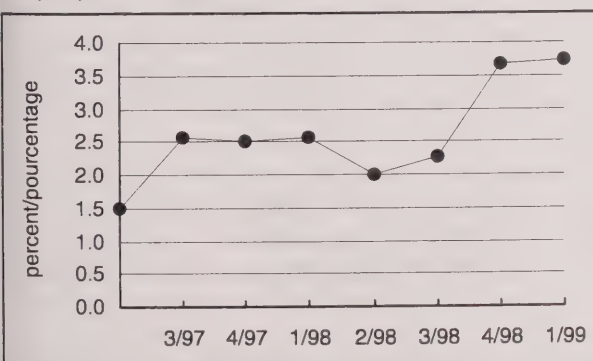
Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
Employment	thousands — milliers								Emploi
Overall economy	13,979	14,350	14,032	13,799	14,352	14,671	14,483	14,264	Économie globale
Services	10,376	10,500	10,349	10,288	10,585	10,737	10,729	10,672	Services
Full-time	7,999	8,268	7,891	7,814	8,173	8,486	8,168	8,132	Plein temps
Part-time	2,377	2,232	2,458	2,475	2,412	2,251	2,561	2,540	Temps partiel
Self-employment*	1,767	1,774	1,719	1,719	1,751	1,794	1,815	1,839	Travail autonome*
GDP (s.a. and annualized)	millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								PIB (dés. et annualisé)
All industries	695,211	703,512	708,002	712,685	715,638	717,468	725,179	731,227	Toutes les industries
Services	464,682	469,640	473,116	476,975	479,649	482,550	487,784	491,865	Services
Consumer spending (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Dépenses de consommation (dés.)
Overall economy	127,162	128,595	130,032	130,235	132,654	133,490	133,960	135,780	Économie globale
Services	68,448	69,073	69,891	70,400	71,389	71,902	72,507	73,151	Services
Prices	CPI 1992=100 — IPC 1992=100								Prix
All items	107.5	107.8	107.7	108.3	108.6	108.7	108.9	109.2	Ensemble
Services	109.8	110.5	110.2	111.0	111.7	112.5	112.4	112.4	Services
International Trade (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Commerce international (dés.)
Merchandise									Marchandises
Exports	73,821	75,888	77,774	77,610	78,287	81,301	85,064	86,520	Exportations
Imports	67,777	70,816	73,344	73,251	74,429	75,623	80,097	78,823	Importations
Balance	6,044	5,072	4,430	4,359	3,858	5,678	4,967	7,697	Solde
Services									Services
Exports	10,435	10,705	10,833	11,246	11,449	11,354	11,852	11,871	Exportations
Imports	12,562	13,095	13,094	13,075	13,217	12,965	13,600	13,326	Importations
Balance	-2,127	-2,390	-2,261	-1,829	-1,768	-1,611	-1,748	-1,455	Solde
Analytical table — Tableau analytique									
Services	from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier								Services
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Employment	1.5	2.6	2.5	2.6	2.0	2.3	3.7	3.7	Emploi
Full-time	1.3	1.7	2.8	3.5	2.2	2.6	3.5	4.1	Plein temps
Part-time	2.4	6.0	1.5	-0.1	1.4	0.8	4.2	2.7	Temps partiel
Self-employment*	15.5	15.3	7.5	2.2	-0.9	1.2	5.6	7.0	Travail autonome*
Services	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Services
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
GDP (real)	1.0	1.1	0.7	0.8	0.6	0.6	1.1	0.8	PIB (réel)
Consumer spending	1.1	0.9	1.2	0.7	1.4	0.7	0.8	0.9	Dépenses de consommation
Prices	0.6	0.6	-0.3	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.0	Prix
Exports	3.6	2.6	1.2	3.8	1.8	-0.8	4.4	0.2	Exportations
Imports	0.8	4.2	-0.0	-0.1	1.1	-1.9	4.9	-2.0	Importations

* The self-employed are also included in the part-time and full-time categories.

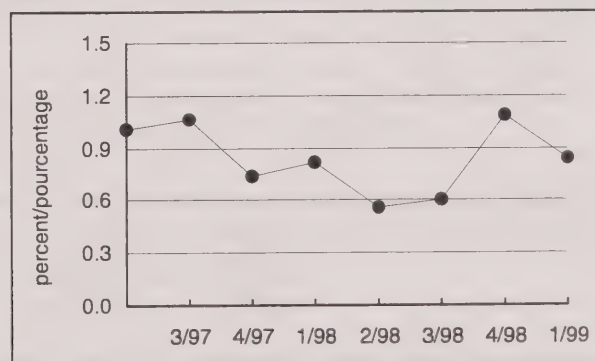
* Le travail autonome est aussi inclus dans les catégories plein temps et temps partiel.

Chart 7. Services employment growth rate¹Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹¹ Measured as growth versus the same quarter last year.

Établi comme une croissance par rapport au même trimestre l'année précédente.

Chart 8. Services real GDP growth rate

Graphique 8. Taux de croissance réel du PIB





Analytical Studies Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Feature Article

Getting connected or staying unplugged: The growing use of computer communications services

Paul Dickinson and Jonathan Ellison¹
 Science Innovation and Electronic Division
 Statistics Canada
 Telephone: (613) 951-5882
 E-mail: ellijon@statcan.ca

CONTEXT

High among the government's priorities is to make computer communications accessible to all Canadians by the year 2000, thereby making Canada the most connected nation in the world.² This "connectedness" agenda is predicated on the notion that information flows are becoming increasingly important. Information and its manipulation through communications networks and computers is becoming a key strategic resource that determines the competitiveness of firms and nations.³ Harnessing the potential of the Information Highway could unleash a wave of creativity that affords businesses, governments and citizens tremendous opportunities. Innovative applications may trigger unprecedented interaction across and within sectors which will determine the wealth of nations and the quality of life of citizens.⁴

Computer communications occur when a computer connects to a communications network to access information on the Internet, to send and receive e-mail, or to use electronic banking services.⁵ The proportion of households making use of computer communications, predominantly via the Internet, is rising rapidly. As developments usher in this new era, questions arise regarding the use of computer communications and their economic and societal impacts. Future policies can be shaped by the answers to such questions and by the analysis of socioeconomic impacts. Thus, indicators of connectedness help to facilitate the monitoring of progress.

Étude spéciale

Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur

Paul Dickinson et Jonathan Ellison¹
 Division de la science, de l'innovation et de l'électronique
 Statistique Canada
 Téléphone : (613) 951-5882
 Courriel électronique : ellijon@statcan.ca

CONTEXTE

L'une des grandes priorités du gouvernement est de rendre la communication par ordinateur accessible à tous les Canadiens d'ici l'an 2000, ce qui ferait du Canada le pays le plus branché au monde². Ce programme de «connectivité» s'appuie sur le fait que la circulation de l'information revêt de plus en plus d'importance. L'information, par son traitement facilité par les réseaux de communications et les ordinateurs devient une ressource stratégique majeure qui détermine la capacité concurrentielle des entreprises et des nations³. L'exploitation du potentiel de l'autoroute de l'information pourrait déclencher une vague de créativité et fournir ainsi des possibilités extraordinaires aux entreprises, aux administrations et aux citoyens. Des applications novatrices pourraient susciter une interaction sans précédent entre les secteurs et dans ces secteurs, qui déterminera la richesse des nations et la qualité de vie des citoyens⁴.

Une communication par ordinateur est établie lorsqu'un ordinateur est relié à un réseau de communication en vue de permettre à l'utilisateur de consulter de l'information sur Internet, d'envoyer et de recevoir du courrier électronique, ou de recourir à des services bancaires électroniques⁵. La proportion de ménages utilisant la communication par ordinateur, essentiellement par Internet, augmente rapidement. Au fur et à mesure que les innovations marquent cette nouvelle ère, des questions se posent au sujet de l'utilisation de la communication par ordinateur et de ses répercussions socio-économiques. Les politiques à venir peuvent être déterminées en partie par les réponses à de telles questions et par l'analyse des répercussions socio-économiques. Aussi, les indicateurs de connectivité facilitent ainsi le suivi de l'évolution.

¹ The authors wish to thank George Sciadas, Robert Trudeau and Don Little of Statistics Canada for their substantial contribution to the drafting of this article.

² See Speech from the Throne 1997, p.8.

³ See IHAC 1997, p.5.

⁴ See OECD 1998, p.3.

⁵ Almost all computer communications discussed in this article involve the Internet. The only exception is the small volume of electronic banking done outside the Internet.

¹ Les auteurs tiennent à remercier George Sciadas, Robert Trudeau et Don Little de Statistique Canada pour leur contribution importante à la rédaction du présent article.

² Voir le Discours du Trône de 1997, p.8.

³ Voir EUIM 1997, p.5.

⁴ Voir OCDE 1998, p.3.

⁵ La majeure partie de la communication par ordinateur abordée dans le présent article concerne le réseau Internet. La seule exception est le petit volume de transactions bancaires électroniques effectuées ailleurs que sur le réseau Internet.

Statistics Canada sheds light on this evolution with timely surveys and analysis. This article uses new 1998 data to update previous estimates of the proportion of Canadian households regularly using computer communications, analyzing the relationships between usage and location of use, household income, and other demographic factors.⁶ The article also looks at the growth of household connectedness over the past year, as well as the time spent using computer communications from home for a variety of services that can be accessed through the Internet.

GENERAL TRENDS

Use of computer communications is rising from all locations of use

Canadian households are rapidly becoming more connected. There was a significant rise in the proportion of "regular user" households, defined as households with at least one person that uses computer communications in a typical month, regardless of whether that use was from work, home, school, a public library or some other location. In 1998, 35.9% Canadian households were regular users

Statistique Canada fait la lumière sur cette évolution au moyen d'enquêtes et d'analyse opportunes. Le présent article s'appuie sur de nouvelles données pour 1998, en vue de mettre à jour les estimations antérieures de la proportion de ménages canadiens qui utilisent régulièrement les communications par ordinateur, et comporte une analyse du rapport entre l'utilisation et le lieu de l'utilisation, le revenu du ménage et d'autres facteurs démographiques⁵. Il examine en outre l'augmentation du niveau de branchement des ménages au cours de la dernière année, ainsi que le temps consacré à l'utilisation de la communication par ordinateur à la maison, pour une gamme variée de services accessibles grâce à Internet.

TENDANCES GÉNÉRALES

Utilisation de la communication par ordinateur : progrès dans tous les lieux d'utilisation

Les ménages canadiens sont de plus en plus branchés. Les ménages canadiens sont de plus en plus branchés. On a constaté une progression importante de la proportion de ménages qui se déclarent «utilisateurs réguliers», c'est-à-dire des ménages où au moins une personne utilise la communication par ordinateur au cours d'un mois type, que ce soit au travail, à domicile, à l'école, dans une bibliothèque publique ou un autre lieu. En 1998, 35,9 % des ménages canadiens

Background and Methodology

In October 1997, the Household Internet Use Survey (HIUS) first collected detailed data from Canadian households on how they used computer communications. The survey was repeated in October 1998. This paper presents the findings of the second survey, and offers comparisons between 1997 and 1998.

The HIUS was administered to a sub-sample of dwellings included in the Labour Force Survey (LFS) sample, and therefore its sample design is closely tied to that of the LFS. The LFS is a monthly household survey whose sample of individuals is representative of the civilian, non-institutionalized population 15 years of age or older in Canada's ten provinces. Specifically excluded from the survey's coverage are residents of the Yukon⁷ and Northwest Territories, persons living on Indian Reserves, full-time members of the Canadian Armed Forces and inmates of institutions. These groups together represent an exclusion of approximately 2% of Canada's population aged 15 or over.

Unlike the LFS, where information is collected on each eligible household member individually, the HIUS collected information on the household as a whole. In total, 43,692 households were eligible for the HIUS survey. Interviews were completed for 38,030 of these households for a response rate of 87.0%.

Historique et méthodologie

En octobre 1997, l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM) a recueilli des données détaillées sur la manière dont les ménages canadiens utilisaient la communication par ordinateur. L'enquête a été reconduite en octobre 1998. Cet article présente les constatations de la deuxième enquête et établit des comparaisons entre celles de 1997 et de 1998.

L'EUIM a été effectuée auprès d'un sous-échantillon de logements faisant partie de l'échantillon de l'Enquête sur la population active (EPA), ce qui explique les liens étroits entre son plan d'échantillonnage et celui de l'EPA. L'EPA est une enquête mensuelle des ménages, dont l'échantillon d'individus est représentatif de la population civile, hors-établissement, âgée de 15 ans et plus, dans les dix provinces du Canada. Le champ de l'enquête exclut les populations du Yukon⁷, des Territoires du Nord-Ouest et des réserves indiennes, les membres à temps plein des Forces canadiennes et les détenus dans les établissements pénitenciers. L'ensemble des groupes exclus représente environ 2 % de la population du Canada âgée de 15 ans ou plus.

À la différence de l'EPA, qui recueille des données pour chacun des membres admissibles du ménage individuellement, l'EUIM recueille des données sur le ménage dans son ensemble. Sur les 43 692 ménages admissibles à l'EUIM, 38 030 interviews ont été réalisées, soit un taux de réponse de 87,0 %.

⁶ See Dickinson and Sciadas 1996, 1997, and 1999.

⁷ For more information refer to the Guide to the Labour Force Survey, Cat. No. 71-528-XIE.

⁵ Voir Dickinson et Sciadas 1996, 1997 et 1999.

⁷ Pour plus d'informations voir le Guide de l'Enquête sur la population active, n° 71-528-XIF au catalogue.

of computer communications from some location or another, up sharply from 29.4% in 1997 (Chart 1).⁸

This higher penetration rate, combined with a 2% increase in the number of all Canadians households, prompted the number of regular user households to rise by 843,000 (or 4.6%) in 1998 to a total of 4.3 million households.

Canadians continue to use computer communications services from a variety of locations but the most notable increase in 1998 was for use from home. In 1997 the proportion of households regularly using from home (16.0%) was noticeably lower than the proportion using from work (19.9%). By 1998 however, not only had the work use penetration rate increased to 23.3% of all households, but the home use penetration rate had pulled up to practically the same level (22.6%). This occurred because the actual number of households using from home increased by 43.9%, to 2.7 million households.

School remains the third most popular location, with a 31.8% increase in the number of households regularly using from school, raising the school use penetration rate from 9.4% to 12.1%. Only a very small proportion of households (4.3%) regularly use from a public library.

utilisaient régulièrement la communication par ordinateur dans un lieu ou l'autre, contre 29,4 % en 1997 (Graphique 1)⁸.

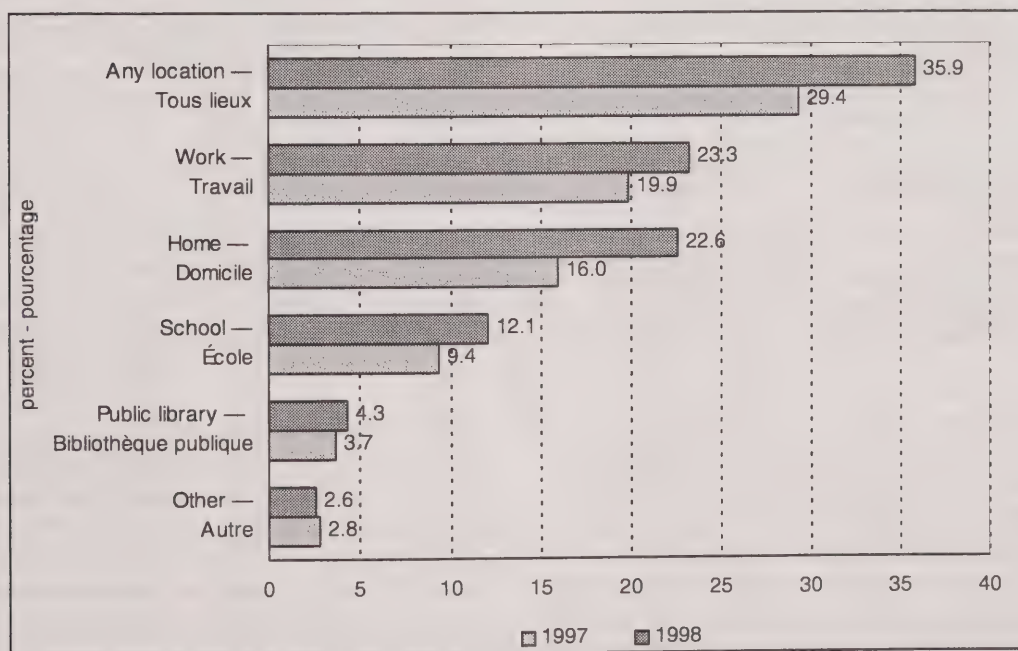
Ce taux de pénétration supérieur, conjugué à une augmentation de 2 % du nombre de ménages au Canada, a fait passer le nombre de ménages utilisateurs réguliers à un total de 4,3 millions, soit une augmentation de 843 000 (24,6 %) en 1998.

Les Canadiens continuent d'utiliser les services de communication par ordinateur dans différents lieux, l'augmentation la plus marquée en 1998 ayant touché l'utilisation à domicile. En 1997, la proportion de ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur à domicile (16,0 %) était de beaucoup inférieure à la proportion utilisant la communication par ordinateur à son lieu de travail (19,9 %). En 1998, toutefois, non seulement le taux de pénétration au travail atteignait-il 23,3 % de tous les ménages, mais celui de l'utilisation à domicile atteignait pratiquement le même niveau (22,6 %). Cela vient du fait que le nombre réel de ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile a progressé de 43,9 %, pour atteindre 2,7 millions de ménages.

L'école demeure le troisième lieu le plus populaire, avec une augmentation de 31,8 % du nombre de ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur dans les écoles, ce qui a fait passer le taux de pénétration à ce niveau de 9,4 % à 12,1 %. Seulement une infime proportion de ménages (4,3 %) utilise régulièrement la communication par ordinateur dans les bibliothèques publiques.

Chart 1. Proportions of all households using computer communications from various locations

Graphique 1. Proportions de tous les ménages utilisant la communication par ordinateur en divers lieux



The proportion of households stating that they had ever used computer communications rose from 38.1% in 1997 to 45.7% in 1998.

⁸ La proportion de ménages ayant indiqué avoir déjà utilisé la communication par ordinateur est passée de 38,1 % en 1997 à 45,7 % en 1998.

Frequencies and purposes of computer communications use

More households indicate that computer communications have become a daily part of their lives. Because of the remarkable increase in home use penetration rates, the proportion of households that regularly use from home on a daily basis increased from 9.8% of all Canadian households in 1997 to 14.0% in 1998. That is, some 62.2% of regular home users use on a daily basis, while only 4.6% use less than once a week. Furthermore, 63.1% of regular use households stated that they spend at least ten hours using computer communications from home in a typical month.

Computer communications continue to be used by households for a variety of purposes. Among households that regularly used computer communications from home in 1998, in a typical month 85.6% used e-mail and 78.1% used the Internet for general browsing (Table 1). A high proportion of regular home users also searched the World Wide Web for specific information. For instance about four in ten households searched for medical or health information, and four in ten looked for government information on the Internet. People also used the Internet to have fun or to socialize: about one-third of regular user households played games on the Internet and one-quarter participated in chat groups.

Fréquences et fins de l'utilisation de la communication par ordinateur

De plus en plus de ménages indiquent que la communication par ordinateur à domicile fait maintenant partie intégrante de leurs activités quotidiennes. Étant donné l'augmentation remarquable des taux de pénétration de l'utilisation à domicile, la proportion de ménages utilisateurs réguliers de la communication par ordinateur à domicile sur une base quotidienne est passée de 9,8 % de tous les ménages au Canada en 1997 à 14,0 % en 1998. Ainsi, à peu près 62,2 % des ménages qui utilisent la communication par ordinateur à domicile le font sur une base quotidienne, tandis que seulement 4,6 % le font moins d'une fois par semaine. En outre, 63,1 % des ménages utilisateurs réguliers ont indiqué consacrer au moins dix heures au cours d'un mois type à la communication par ordinateur à domicile.

Les ménages continuent d'utiliser la communication par ordinateur à différentes fins. Parmi ceux qui utilisaient régulièrement la communication par ordinateur à domicile en 1998, au cours d'un mois type, 85,6 % se servaient du courrier électronique et 78,1 % exploraient de façon générale le réseau Internet (Tableau 1). Une proportion importante d'utilisateurs réguliers à domicile explorait le Web à la recherche de renseignements particuliers. Par exemple, environ quatre ménages sur dix recherchaient de l'information médicale ou dans le domaine de la santé, et quatre ménages sur dix étaient à la recherche de renseignements fournis par les administrations publiques. Les gens utilisent aussi le réseau Internet pour s'amuser ou socialiser : environ le tiers des ménages utilisateurs réguliers s'adonnait à des jeux sur le réseau Internet, tandis que le quart participait à des groupes de dialogue en direct.

Table 1. Computer communications at home are used for various purposes

Purpose of use	Penetration rates — Taux de pénétration				% of households spending <10% of their Internet time on this activity		% of households spending <50% of their Internet time on this activity		Fin de l'utilisation
	Percentage of all households		% of regular home user household		% de ménages passant < 10% de leur temps Internet à cette activité		% de ménages passant < 50% de leur temps Internet à cette activité		
	1997	1998	1997	1998					
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
E-mail	13.3	19.3	83.1	85.6	39.8	36.8	78.1	80.5	Courrier électronique
Electronic banking	3.1	5.5	19.6	24.4	66.0	67.0	89.5	90.0	Opérations bancaires électroniques
Purchasing	1.5	2.5	9.2	10.9	88.1	91.6	98.3	99.3	Achats
Search for medical info	-	9.6	-	42.5	-	74.8	-	97.2*	Recherche d'information médicale
Education/training	-	6.8	-	30.0	-	32.3	-	79.9*	Éducation/formation
Look for government info	-	8.2	-	36.4	-	75.9	-	97.9	Recherche d'info. gouvernementale
Look for other information	-	15.3	-	67.9	-	28.5	-	80.1	Recherche d'autres renseignements
General browsing	-	17.6	-	78.1	-	29.9	-	80.0	Exploration générale
Playing games	-	7.8	-	34.4	-	48.4	-	90.1	Jeux
Chat groups	-	5.7	-	25.4	-	52.4	-	88.4	Groupes de dialogue en direct
Other Internet services	2.2	2.6	13.7	11.6	66.1	71.7	90.5	96.5	Autres services Internet

Note: "—" Several new categories were added in the 1998 survey. — **Nota :** «—» Plusieurs nouvelles catégories ont été ajoutées dans l'enquête de 1998.

Electronic banking from home is rapidly becoming more popular. The proportion of regular home user households that used their home computer for electronic banking was 24.4% in 1998, up from 19.6% the previous year. This was a 79.0% increase in the actual number of households. Similarly, the number that purchased goods and services from home on the Internet increased by 71.4%.

Computer communications are also being utilized by many households to gain formal education and training. In 1998, 30.0% of regular home user households used a home computer for education through the Internet. Of the households, 83.1% used computer communications for project assignments or academic research, 21.6% for distance education, and 24.5% to communicate with teachers and peers.

There is further evidence to suggest that Canadian households are diversified in the purposes for which they are using computer communications from home. Few reported that they spent more than half of their computer communications time engaging in any one activity. For example, fewer than 20% of households reported devoting half or more of their computer communications time to e-mail or to general browsing, even though these are the two most often used Internet home use functions.

Home use continues to primarily be for personal rather than employment-related reasons

Almost all households (95.2%) regularly using computer communications from home in 1998 did so for personal non-business reasons. Nearly one-third (31.7%) used for employer-related reasons, and almost one-quarter (22.9%) used for self-employment. These proportions changed only slightly since 1997.

Given the differences in these proportions, it is not surprising that personal use continues to easily account for the largest share of total home use time. In 1998, among households using computer communications at home for personal reasons, 73.4% spent more than half their usage time in this manner. Moreover, 38.3% spend *all* of their home use time for this reason.

Among households using computer communications at home for work-related reasons, there was a noticeable reduction in the share of total home time used for work. For example, among those using for self-employment, the proportion spending more than half their total time for self-employment reasons declined from 46.5% to 37.8%. Similarly, among households using for employer-related reasons, the proportion using more than half their home time for this reason fell from 37.5% to 27.0%.

Les opérations bancaires électroniques gagnent rapidement en popularité. La proportion des utilisateurs réguliers à domicile qui y a recours était de 24,4 % en 1998, en hausse par rapport aux 19,6 % enregistrés l'année précédente. On a assisté à une augmentation de 79,0 % du nombre réel de ménages faisant des opérations bancaires électroniques à domicile. De même, le nombre de ménages effectuant des achats de produits et de services par Internet à domicile a augmenté de 71,4 %.

De nombreux ménages ont également recours à la communication par ordinateur pour s'instruire et acquérir de la formation. En 1998, 30,0 % des ménages utilisateurs réguliers à domicile se servaient de la communication par ordinateur pour s'instruire grâce à Internet. Parmi ces ménages, 83,1 % utilisaient la communication par ordinateur pour des travaux ou de la recherche scolaires, 21,6 % pour la formation à distance, et 24,5 % pour communiquer avec des professeurs et des pairs.

D'autres indications suggèrent que les ménages canadiens utilisent la communication par ordinateur à domicile à différentes fins. Peu ont indiqué employer plus de la moitié du temps qu'ils consacraient à la communication par ordinateur à une seule activité. Par exemple, moins de 20 % des ménages ont indiqué consacrer la moitié ou plus de leur temps d'utilisation de la communication par ordinateur au courrier électronique ou à l'exploration générale, même si ces deux utilisations sont les plus populaires à domicile.

L'utilisation à domicile demeure principalement liée à des fins personnelles plutôt que professionnelles

Presque tous les ménages (95,2 %) qui ont régulièrement utilisé la communication par ordinateur à domicile en 1998 l'ont fait pour des raisons personnelles et non professionnelles. Près du tiers (31,7 %) y ont eu recours à des fins liées à leur employeur, et près du quart (22,9 %) pour un emploi autonome. Ces proportions ont très peu changé depuis 1997.

Compte tenu des différences dans ces proportions, il n'est pas étonnant que l'utilisation personnelle représente encore la plus grande part du temps total d'utilisation à domicile. En 1998, 73,4 % des ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile à des fins personnelles y ont consacré plus de la moitié de leur temps. Par ailleurs, 38,3 % employaient *tout* leur temps d'utilisation à domicile à cette fin.

Au nombre des ménages qui ont utilisé la communication par ordinateur à domicile pour des raisons d'ordre professionnel, on constate une diminution évidente de la part du temps total consacré au travail. Par exemple, la proportion des ménages qui y ont eu recours dans le cadre d'un emploi autonome et qui ont consacré plus de la moitié de leur temps total d'utilisation à cette fin est passée de 46,5 % à 37,8 %. De même, la proportion de ménages qui y ont eu recours pour des motifs liés à leur employeur et ont consacré plus de la moitié de leur temps d'utilisation à domicile à cette fin est passée de 37,5 % à 27,0 %.

These changes do not mean that work-related use is becoming less prevalent. In fact, there was a 51.2% increase in the number of households using computer communications at home for self-employment in 1998. As well, there was a corresponding 35.2% rise in the number of households using for employer-related reasons. Even within any one household, a fall in the share of time used for work does not necessarily imply a decline in the absolute amount of time allocated to work-related use. Households using computer communications at home for work-related reasons may be devoting more time to both personal and work-related use.

HOUSEHOLD CHARACTERISTICS AND COMPUTER COMMUNICATIONS USAGE

This section examines the relationship between computer communications usage and the following household characteristics: household income, education and age of household head, family type, and geographic location.

Household income and computer communications

A very strong relationship is evident between household income and use of computer communications. While 65.1% of households in the top income quartile (the 25% of households with the highest incomes) regularly used computer communications in 1998, the bottom income quartile had a penetration rate of 13.2% (Table 2). Therefore, higher income households were nearly five times

Ces changements ne signifient pas que l'utilisation à des fins professionnelles est moins répandue. En fait, on constate une augmentation de 51,2 % du nombre de ménages qui ont utilisé la communication par ordinateur à domicile dans le cadre d'un emploi autonome en 1998. Par ailleurs, on note une augmentation analogue de 35,2 % du nombre de ménages qui y ont eu recours pour des motifs liés à leur employeur. Même au sein d'un seul ménage, une diminution de la part du temps utilisé pour le travail n'implique pas forcément une baisse du temps absolu consacré à l'utilisation liée à un emploi. Il est possible que le temps global consacré à l'utilisation pour des raisons d'ordre personnel et professionnel ait augmenté dans les ménages qui utilisent la communication par ordinateur à domicile à des fins professionnelles.

CARACTÉRISTIQUES DES MÉNAGES ET UTILISATION DE LA COMMUNICATION PAR ORDINATEUR

La présente section examine les liens entre l'utilisation de la communication par ordinateur et les caractéristiques suivantes des ménages : le revenu, la scolarité et l'âge du chef du ménage, le genre de famille, et le lieu géographique.

Le revenu du ménage et la communication par ordinateur

On constate un lien certain entre le revenu d'un ménage et l'utilisation de la communication par ordinateur. Bien que 65,1 % des ménages du quartile supérieur de revenu (les 25 % de ménages qui ont le revenu le plus élevé) utilisaient régulièrement la communication par ordinateur en 1998, le taux de pénétration dans le quartile inférieur de revenu n'était que de 13,2 % (Tableau 2). Ainsi, en 1998, les ménages à revenu élevé étaient cinq fois plus susceptibles d'être

Table 2. Household income and computer communications use, by location of use

	Home		Work		School		Library		Other		Any location	
	Domicile		Travail		École		Bibliothèque		Autre		Tous lieux	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux												
All households	16.0	22.6	19.9	23.3	9.4	12.1	3.7	4.3	2.8	2.6	29.4	35.9
Bottom quartile	5.5	7.1	4.9	4.1	5.8	6.1	1.8	2.7	2.0	2.0	12.4	13.2
Second quartile	8.8	13.6	10.3	12.1	5.9	7.9	2.5	3.2	2.2	2.3	18.4	23.6
Third quartile	17.1	24.4	22.2	26.3	9.7	13.1	4.1	4.9	3.1	2.5	32.8	41.5
Top quartile	32.5	45.1	42.3	50.4	16.1	21.0	6.2	6.6	3.9	3.7	53.7	65.1
percentage increase in number of user households — pourcentage de l'augmentation du nombre de ménages utilisateurs												
All households	43.9		18.9		31.4		20.6		-4.9		24.6	
Bottom quartile	31.3		-14.2		8.0		46.7		4.1		8.2	
Second quartile	57.3		20.3		37.1		31.0		6.0		30.6	
Third quartile	45.3		20.9		38.3		20.3		-18.3		29.0	
Top quartile	41.6		21.3		33.6		9.0		-4.9		23.6	

Tableau 2. Revenu des ménages et utilisation de la communication par ordinateur selon le lieu d'utilisation

more likely than the lower income households to be regular users of computer communications in 1998.

The disparity between the top and bottom quartiles varies according to the location of use. It is largest for use in the workplace. In 1998, the highest income households were twelve times more likely than the lowest income households to be using computer communications from a work location. In general, lower income persons who are employed may work in occupations which do not require the use of computers communications.

The disparity for home usage is lower. In 1998, top income quartile households were six times more likely than low income households to be using computer communications at home. Disparities between top and bottom quartile households also exist for use from schools and public libraries although they are not as great as the disparities for home and work use.

In 1998, higher income households were only 2-3 times more likely than lower income households to be using at these locations. Computer communications at schools and public libraries may be relatively more accessible for lower income households because costs and occupational factors are relatively less important at these locations.

While the link between affordability and income likely explains some of the relationship between income and penetration rates, the extent of any causal relationship is unknown. Three examples will illustrate this point. First, affordability is not an issue for use at work since costs are covered by the employer rather than the household. Second, three-quarters of households in the third quartile and more than half the households in the top quartile do not use computer communications from home. Third, other characteristics such as education, age, family type and geographic location also affect the penetration rates of the different income quartiles. The next sections examine these relationships.

Usage is higher for university-educated households

There appears to be a relationship between the education level of a household's head⁹ and the likelihood that someone in the household uses computer communications

des utilisateurs réguliers de la communication par ordinateur que ne l'étaient les ménages à faible revenu.

L'écart entre les quartiles supérieur et inférieur varie en fonction du lieu d'utilisation. Il est plus prononcé en ce qui a trait à l'utilisation au lieu de travail. En 1998, l'utilisation de la communication par ordinateur dans un lieu de travail était douze fois plus élevée chez les ménages à revenu élevé que chez les ménages à bas revenu. Il est probable que de façon générale, les travailleurs des ménages à faible revenu occupent un emploi qui ne nécessite pas l'utilisation de communications par ordinateur.

L'écart en ce qui a trait à l'utilisation à domicile est plus faible. En 1998, cette dernière était six fois plus élevée chez les ménages du quartile supérieur de revenu que chez les ménages à faible revenu. Des écarts entre les quartiles supérieur et inférieur de revenu des ménages se retrouvent aussi dans l'utilisation dans les écoles et dans les bibliothèques publiques, mais ne sont pas aussi grands que dans le cas de l'utilisation à domicile et au travail.

En 1998, les ménages à revenu plus élevé n'étaient que de deux à trois fois plus susceptibles que les ménages à faible revenu d'utiliser la communication par ordinateur dans ces lieux. La communication par ordinateur dans les écoles et les bibliothèques publiques est relativement plus accessible pour les ménages à faible revenu du fait que les coûts et les facteurs professionnels sont moins importants dans ces lieux.

Si le lien observé entre les coûts et le revenu explique peut-être une partie de la relation qui existe entre le revenu et les taux de pénétration, l'étendue de toute relation causale est inconnue. Trois exemples permettent d'illustrer ce point. Premièrement, les coûts ne constituent pas un facteur au travail, où ils sont assumés par l'employeur plutôt que par le ménage. Deuxièmement, les trois quarts des ménages du troisième quartile et plus de la moitié des ménages du quartile supérieur n'utilisent pas la communication par ordinateur à domicile. Troisièmement, d'autres caractéristiques comme le niveau de scolarité, l'âge, le genre de famille et le lieu géographique ont des répercussions sur les taux de pénétration selon les différents quartiles de revenu. Les sections qui suivent examinent cette relation.

Utilisation plus élevée chez les ménages qui ont un diplôme universitaire

Il semble y avoir un lien entre le niveau de scolarité du chef de ménage⁹ et la probabilité qu'un membre du ménage utilise la communication par ordinateur (Tableau 3). En 1998, le taux de

⁹ Categorized according to the level of education for the "head" of the household. In single-family married couple households the husband is considered the head. In single-parent families with unmarried children the parent is the head, however if married children are present the head is the household member responsible for maintenance of the family. In families where relationships are other than husband-wife or parent-child, the eldest in the family is usually considered to be the head.

⁹ Classé par catégories selon le niveau de scolarité du «chef» du ménage. Dans les ménages unifamiliaux formés d'un couple marié, l'époux est considéré comme le chef. Dans les familles monoparentales comprenant des enfants non mariés, le parent est le chef; cependant lorsqu'il y a des enfants mariés, le chef du ménage est le membre qui est soutien de famille. Dans les familles où la relation est autre que époux-épouse ou parent-enfant, le membre le plus âgé de la famille est généralement considéré comme le chef.

(Table 3). In 1998, the penetration rate for households where the head has a university degree (68.1%) was more than five times higher than the rate for households in which the head did not complete high school (12.6%). For all specific locations of use, the likelihood that households with a high school or college qualification used computer communications closely resembles the likelihood for the "all households" category. The lower usage rates of the least educated group are basically offset by the higher rates of the most educated group.

pénétration observé dans les ménages dont le chef a un diplôme universitaire (68,1 %) était plus de cinq fois plus élevé que le taux enregistré dans les ménages dont le chef n'avait pas terminé ses études secondaires (12,6 %). Pour tous les lieux donnés d'utilisation, la probabilité que les ménages qui ont un diplôme d'études secondaires ou collégiales utilisent la communication par ordinateur ressemble étroitement à la probabilité pour la catégorie «tous les ménages». Les taux inférieurs d'utilisation du groupe le moins scolarisé sont en fait compensés par les taux supérieurs du groupe le plus scolarisé.

Table 3. Computer communications by location of use and education level of head of household

	Home		Work		School		Library		Other		Any location		
	Domicile		Travail		École		Bibliothèque		Autre		Tous lieux		
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux													
All households	16.0	22.6	19.9	23.3	9.4	12.1	3.7	4.3	2.8	2.6	29.4	35.9	Tous les ménages
< High school	3.9	6.6	4.7	5.6	3.2	5.3	1.2	1.8	1.0	1.2	9.0	12.6	< Écoles secondaires
High school/ college	16.0	23.1	19.9	23.0	10.4	13.0	3.9	4.3	3.3	2.9	31.0	37.4	Écoles secondaires/ collégiales
University degree	37.5	46.7	47.0	52.5	16.9	19.9	7.2	8.5	4.2	3.8	59.6	68.1	Diplôme universitaire

Focusing on differences according to location of use, disparities by education were larger for home use, and larger still for usage from work. The difference in usage between the most and the least educated households was lower for schools and public libraries. In each of these two locations, university educated households¹⁰ were about four times more likely than the least educated households to be using computer communications.

Si l'on s'attache aux différences selon le lieu d'utilisation, les écarts en fonction de la scolarisation étaient plus importants au niveau de l'utilisation à domicile, et encore plus importants en ce qui a trait à l'utilisation au travail. La différence sur le plan de l'utilisation entre les ménages les plus et les moins scolarisés était moins élevée dans les écoles et les bibliothèques publiques. Pour chacun de ces lieux, la probabilité d'utilisation de la communication par ordinateur était quatre fois plus grande chez les ménages qui ont fait des études universitaires¹⁰ que chez les ménages moins scolarisés.

When education is the criterion, the patterns between "have" and "have not" households closely resemble the patterns observed when income is the basis of comparisons. This is not surprising given the relationship between education and household income levels.

Les modèles entre ménages «branchés» et «non branchés», lorsque la scolarité est le critère, ressemblent étroitement aux modèles observés lorsque le revenu sert de base de comparaison. Cela n'a rien d'étonnant compte tenu du rapport qui existe entre les niveaux de scolarité et le revenu des ménages.

All age groups are becoming more connected

People in all age groups were more likely to be using computer communications in 1998 than in 1997. Moreover, this was the case regardless of the location of use. Each age group had higher penetration rates in 1998 at home, at work, in schools and in public libraries (Table 4).

Tous les groupes d'âge sont de plus en plus branchés

Les personnes de tous les groupes d'âge étaient plus susceptibles d'utiliser la communication par ordinateur en 1998 qu'en 1997 et ce, sans égard au lieu d'utilisation. Le taux de pénétration dans chaque groupe d'âge était plus élevé en 1998 à domicile, au travail, dans les écoles et dans les bibliothèques publiques (Tableau 4).

¹⁰ University educated households refers to the education of the household head.

¹⁰ Par ménages qui ont fait des études universitaires, on entend ceux dont le chef a fait de telles études.

Table 4. Computer communications by location of use and age of head of household

	Home		Work		School		Library		Other		Any location		
	Domicile		Travail		École		Bibliothèque		Autre		Tous lieux		
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
	percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux												
All households	16.0	22.6	19.9	23.3	9.4	12.1	3.7	4.3	2.8	2.6	29.4	35.9	Tous les ménages
Less than age 35	19.1	26.1	25.6	30.2	9.5	11.3	4.2	4.8	4.5	4.3	37.9	45.3	Moins de 35 ans
Age 35 to 54	21.6	30.1	27.4	31.4	14.6	19.2	5.3	6.1	3.5	3.1	38.8	46.9	De 35 à 54 ans
Age 55 to 64	12.0	18.2	13.2	16.3	5.1	6.8	2.1	3.1	(1.2)	1.6	21.1	27.5	De 55 à 64 ans
65 and over	3.4	5.3	2.4	2.6	(0.8)	(0.8)	(0.7)	(0.7)	(0.6)	(0.5)	5.5	7.2	65 ans et plus

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Despite these increases, there remains a substantial difference in rates between younger and older groups. The likelihood of computer communications usage remains highest for the 35 to 54 age group, although the under 35 group is a very close second. However, the penetration rate drops substantially for the 55 to 64 category, and there was another sizeable decline for the group aged 65 and over.

Although, overall, the under 35 group is a bit less likely to be using computer communications than the 35 to 54 group, the younger group had a higher penetration rate in every income quartile except the top one. It is the effect of the top quartile, therefore, that made the overall penetration rate higher for the 35 to 54 group. In the top income quartile, not only did the 35 to 54 group have a higher penetration rate, it also comprised 62% of the top quartile's households. The younger group, on the other hand, makes up only 19.3% of all households in the top quartile. All of this suggests that the 35 to 54 group's higher rate of computer communications usage is due somewhat to the fact that they have higher incomes than their younger counterparts.

Because the 35 to 54 group has the highest penetration rates and accounts for the largest share of all households (44.3%), it comprises a large proportion (57.9%) of all households using computer communications. In contrast, although households headed by a senior account for 20.3% of all households, this 65 and over age group comprises only 4.1% of all households that use computer communications in a typical month.

Because households headed by someone aged 55 and over account for half of all households in the bottom income

Tableau 4. Communication par ordinateur selon le lieu et l'âge et le niveau de scolarité du chef du ménage

Malgré ces augmentations, il demeure une différence de taux importante entre les groupes plus jeunes et plus âgés. La probabilité d'utilisation de la communication par ordinateur reste plus élevée dans le groupe d'âge des 35 à 54 ans, bien que le groupe des 35 ans et moins se situe non loin derrière en deuxième position. Cependant, le taux de pénétration chute de façon importante pour la catégorie des 55 à 64 ans, tout comme pour le groupe des 65 ans et plus.

Dans l'ensemble, le groupe des moins de 35 ans est un peu moins susceptible d'utiliser la communication par ordinateur que ne l'est le groupe des 35 à 54 ans, mais le taux de pénétration dans le groupe des plus jeunes était plus élevé pour chaque quartile de revenu à l'exception du quartile supérieur. C'est par conséquent l'effet du quartile supérieur qui rend le taux de pénétration global plus élevé chez le groupe des 35 à 54 ans. Dans le quartile supérieur de revenu, non seulement le taux de pénétration du groupe des 35 à 54 ans était-il le plus élevé, mais ce groupe comprenait aussi 62 % de tous les ménages du quartile supérieur. En revanche, le groupe le plus jeune compose seulement 19,3 % de tous les ménages du quartile supérieur. Tout cela suggère que le taux plus élevé d'utilisation de la communication par ordinateur chez le groupe des 35 à 54 ans est en quelque sorte attribuable au fait que le revenu de ce groupe est plus élevé que celui du groupe plus jeune.

Étant donné que le groupe des 35 à 54 ans a les taux de pénétration les plus élevés et représente la plus grande part de l'ensemble des ménages (44,3 %), il comprend une large proportion (57,9 %) de tous les ménages qui utilisent la communication par ordinateur. Par contre, bien que les ménages dont le chef est une personne âgée représentent 20,3 % de l'ensemble des ménages, le groupe des 65 ans et plus ne compte que 4,1 % de tous les ménages qui utilisent la communication par ordinateur au cours d'un mois type.

Comme les ménages qui ont à leur tête une personne âgée de 55 ans et plus représentent la moitié de l'ensemble des ménages du

quartile,¹¹ the 55 and over group has a noticeable effect on the bottom income quartile's penetration rate. When households aged 55 and over are dropped from the calculation, the penetration rate for the bottom income quartile rises from 13.2% to 23.1%.

Half of families with children use computer communications

Households comprised of single families with unmarried children under age 18 are more likely than other households to be users of computer communications. 47.6% of these households were users in 1998, up significantly from 38.2% in the previous year (Table 5). Penetration rates for home use, work use and school use increased more in absolute terms for these households than for other family types. One-person households were, by far, the least likely to use computer communications in a typical month.

Usage rates are highest in Alberta and British Columbia

In 1998, computer communications usage rates increased in every province. Usage rates remained above the 35.9% national average in Alberta (45.1%), British Columbia (42.0%), Ontario (39.0%) and Nova Scotia (37.9%), whereas Quebec (26.2%) had the lowest rate (Chart 2). Nevertheless, Quebec is Canada's second largest market (after Ontario) for computer communications with more than 3 million households using these services.

quartile inférieur de revenu¹¹, le groupe des 55 ans et plus a un effet perceptible sur le taux de pénétration du quartile inférieur de revenu. Lorsqu'on exclut les ménages de 55 ans et plus du calcul, le taux de pénétration du quartile de revenu inférieur passe de 13,2 % à 23,1 %.

La moitié des familles avec enfants utilise la communication par ordinateur

Les ménages unifamiliaux avec enfants non mariés de moins de 18 ans sont plus susceptibles que tous les autres ménages d'utiliser la communication par ordinateur. Parmi les ménages unifamiliaux, 47,6 % étaient des utilisateurs en 1998, une hausse marquée par rapport aux 38,2 % enregistrés l'année précédente (Tableau 5). Les taux de pénétration de l'utilisation à domicile, au travail et à l'école ont augmenté davantage en chiffres absolus pour ces ménages que pour tous les autres genres de famille. Les ménages formés d'une seule personne étaient de loin les moins susceptibles d'utiliser la communication par ordinateur au cours d'un mois type.

Taux d'utilisation plus élevés en Alberta et en Colombie Britannique

En 1998, les taux d'utilisation de la communication par ordinateur ont progressé dans chaque province. Les taux d'utilisation sont demeurés supérieurs à la moyenne nationale de 35,9 % en Alberta (45,1 %), en Colombie-Britannique (42,0 %), en Ontario (39,0 %) et en Nouvelle-Écosse (37,9 %), tandis que le Québec (26,2 %) avait le taux le plus faible (Graphique 2). Néanmoins, le Québec est le deuxième marché en importance au Canada (après l'Ontario) pour la communication par ordinateur avec plus de 3 millions de ménages utilisant ces services.

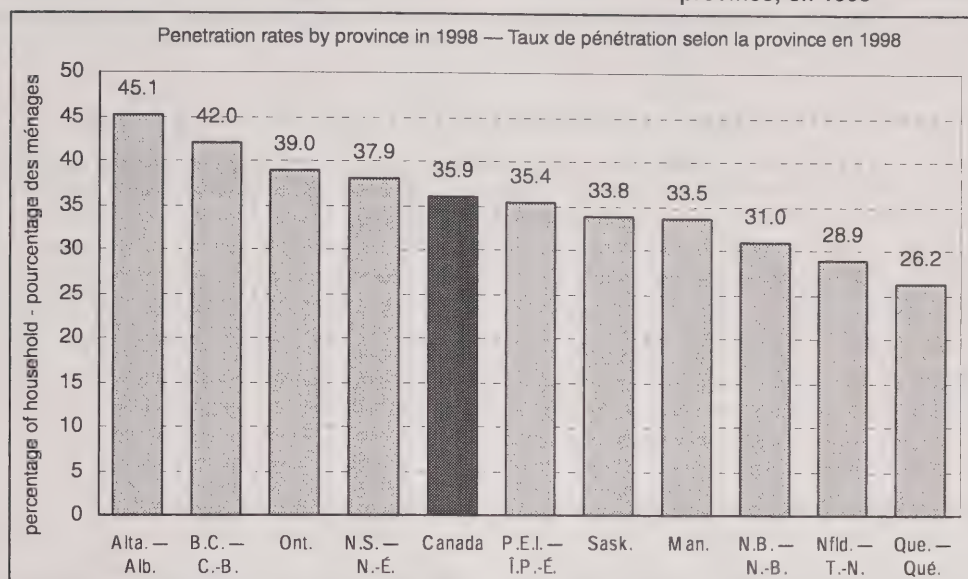
Table 5. Computer communications by location of use and family type

	Home		Work		School		Library		Other		Any location		
	Domicile		Travail		École		Bibliothèque		Autre		Tous lieux		
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux													
All households	16.0	22.6	19.9	23.3	9.4	12.1	3.7	4.3	2.8	2.6	29.4	35.9	Tous les ménages
SF, children	21.7	31.0	26.0	30.0	16.5	22.8	5.6	6.7	4.1	3.5	38.2	47.6	UF avec enfants
SF, no children	15.5	22.5	18.8	22.4	6.5	8.4	2.9	3.6	2.0	1.9	27.7	34.2	UF sans enfants
One-person	7.1	10.5	11.5	14.3	2.3	2.2	1.5	1.8	2.0	1.9	16.5	20.4	Une seule personne
Multi-family	24.6	26.2	27.7	28.3	15.8	14.5	6.4	6.2	(4.6)	5.6	43.7	45.5	Multifamilial

SF = Single family with unmarried children under age 18. — MU = ménage unifamilial avec enfants non mariés de moins de 18 ans.
() = Low reliability estimate due to sample. — () = Estimation de faible fiabilité en raison de l'échantillon.

¹¹ There were 407,868 bottom income quartile households aged 55 to 64, while 1,063,570 of the lowest quartile households had a head aged 65 or over. The two age groups accounted for 13.9% and 36.2% of bottom quartile households, respectively.

¹¹ Il y avait 407 868 ménages âgés de 55 à 64 dans le quartile inférieur de revenu, tandis que 1 063 570 des ménages du quartile inférieur avaient un chef âgé de 65 ans ou plus. Les deux groupes d'âge représentaient respectivement 13,9 % et 36,2 % des ménages du quartile inférieur.

Chart 2. Proportion of all households using computer communications, by province for 1998**Graphique 2. Proportions de tous les ménages utilisant la communication par ordinateur, selon la province, en 1998**

Source: Household Internet Use Survey, 1998 — Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages, 1998

The 1998 rate of growth in the number of households using computer communications was highest in P.E.I. (37.2%), followed by Alberta (33.9%) and Quebec (32.5%). For home use penetration rates, Prince Edward Island had Canada's biggest percentage increase (62.7%).

Looking still at home use, in 1998 Quebec saw a sharp 33.3% increase in its home use penetration rate. Because of this, growth in the absolute number of households using it at home in Quebec was very high (55.7%) and substantially higher than Ontario's (35.5%). Despite this, Ontario continues to have the highest share of Canada's home user households (41.7%). In all provinces, percentage point increases in penetration rates were greater for home use than work use.

Urban households have the highest likelihood of being connected

More than half (56.3%) of Canada's households reside in the fifteen largest Census Metropolitan Areas (CMAs). Taken as a group, households in these CMAs have a penetration rate of 40.4%, compared with the 30.1% rate for households residing elsewhere in Canada (Table 6).

Canadians outside large urban centres may be less connected because prerequisite infrastructures tend to be first introduced in more densely populated areas. However,

Le taux de croissance de 1998 du nombre de ménages utilisant la communication par ordinateur a été plus élevé à l'Île-du-Prince-Édouard (37,2 %), suivie de l'Alberta (33,9 %) et du Québec (32,5 %). Pour ce qui est des taux de pénétration de l'utilisation à domicile, l'Île-du-Prince-Édouard a connu l'augmentation en pourcentage la plus importante du Canada (62,7 %).

Toujours au chapitre de l'utilisation à domicile, le taux de pénétration de l'utilisation à domicile au Québec a connu une forte augmentation de 53,3 % en 1998. Pour cette raison, la croissance du nombre absolu de ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile au Québec était considérable (55,7 %) et beaucoup plus élevée que celle de l'Ontario (35,5 %). Malgré cela, l'Ontario continue d'avoir la plus grande part de ménages utilisateurs à domicile au Canada (41,7 %). Dans l'ensemble des provinces, les augmentations en pourcentage des taux de pénétration de l'utilisation à domicile ont dépassé les augmentations des taux d'utilisation au travail.

Probabilité supérieure d'être branché dans les ménages urbains

Plus de la moitié (56,3 %) des ménages du Canada résident dans les quinze plus grandes régions métropolitaines de recensement (RMR). Si on les envisage comme un groupe, les ménages de ces RMR ont un taux de pénétration de 40,4 %, comparativement au taux de 30,1 % enregistré dans les ménages résidant ailleurs au Canada (Tableau 6).

Le taux inférieur de connectivité qui a été observé chez les Canadiens résidant en dehors des grands centres urbains peut s'expliquer par le fait que les infrastructures indispensables ont tendance à être

Table 6. Computer communications by location of use and Census Metropolitan Area**Tableau 6. Communication par ordinateur selon le lieu d'utilisation et la région métropolitaine de recensement**

	Home		Work		School		Any location	
	Domicile		Travail		École		Tous lieux	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
	percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux							
Canada	16.0	22.6	19.9	23.3	9.4	12.1	29.4	35.9
Halifax	19.2	33.8	30.9	33.7	15.5	21.5	39.2	50.2
Québec	12.4	21.1	16.0	18.6	(7.8)	(8.3)	23.9	28.6
Montréal	12.8	18.2	16.4	20.6	5.9	8.0	24.3	31.6
Ottawa	34.0	36.2	44.7	42.3	15.8	15.8	55.6	55.4
Toronto	22.9	27.7	28.4	29.0	10.7	12.5	38.0	42.0
Kitchener-Waterloo	20.5	25.9	23.5	26.3	(12.6)	17.1	34.9	42.4
Hamilton	16.6	26.8	20.1	28.1	(10.8)	14.1	30.4	41.2
St. Catharines-Niagara	(14.2)	19.2	(14.7)	(14.5)	(10.9)	(9.4)	26.1	29.3
London	18.4	29.0	22.3	24.7	(12.1)	(15.3)	31.8	40.4
Windsor	(14.0)	(15.7)	(13.4)	(14.3)	(10.1)	(11.0)	25.7	26.8
Winnipeg	16.0	23.6	24.0	26.2	10.4	13.5	33.1	37.8
Calgary	22.9	34.8	31.3	38.6	11.7	20.2	41.1	52.8
Edmonton	20.2	27.0	27.7	30.7	13.1	13.9	35.9	43.9
Vancouver	22.1	31.6	23.1	30.5	9.3	13.7	35.9	45.7
Victoria	20.9	34.5	26.1	27.9	(10.5)	(14.9)	40.1	48.5
Largest 15 CMAs — 15 plus grandes RMR	19.3	26.2	24.2	27.3	9.9	12.5	33.9	40.4
Others — Autres	11.8	17.9	14.6	18.1	8.6	11.5	23.6	30.1

The CMAs listed are the fifteen largest Census Metropolitan Areas. The "Other" category includes households in smaller CMAs and households outside CMAs. — Les RMR énumérées sont les quinze plus grandes régions métropolitaines de recensement. La catégorie «Autres» comprend des ménages résidant dans de plus petites RMR et des ménages résidant à l'extérieur des RMR.

() = Low reliability estimate due to sample size.— Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Canadians residing outside the largest cities are catching up. In 1998, the penetration rate for those living outside the largest CMA's increased by 27.5% which easily exceeded the 19.2% increase for households residing in the largest fifteen CMAs.

Turning to usage at home, work and school locations, the results demonstrate that usage in virtually all of Canada's largest cities is growing from each of these three locations. The only CMA where this did not occur is Ottawa. Nevertheless, Ottawa still remains the most connected CMA, whether from home, work or any location of use. Ottawa's high work penetration rate (42.3%) remains noticeably above that of second-highest Calgary (38.6%), and significantly above that of third-highest Halifax (33.7%). It is also noteworthy that, in each of these three CMAs, more than half the households regularly use computer communications from some location or another in a typical month.

Large jumps in home use penetration rates took place in several CMAs, exceeding ten percentage points in five of them - Halifax, Hamilton, London, Calgary and Victoria. Halifax also saw a six percentage point increase in its

d'abord implantées dans des régions à plus forte densité de population. Les Canadiens qui résident à l'extérieur des 15 plus grandes villes rattrapent toutefois le retard. En 1998, le taux de pénétration dans les ménages résidant à l'extérieur des grandes RMR a augmenté de 27,5 %, dépassant largement le taux d'augmentation de 19,2 % observé dans les ménages des quinze plus grandes RMR.

Quant à l'utilisation à domicile, au travail et à l'école, les résultats démontrent qu'elle progresse dans à peu près toutes les plus grandes villes du Canada. La seule RMR qui fait exception est Ottawa. Néanmoins, Ottawa demeure la RMR la plus branchée, que ce soit à domicile, au travail ou tout autre lieu d'utilisation. Le taux de pénétration élevé de l'utilisation au travail dans cette RMR (42,3 %) demeure sensiblement supérieur à celui de Calgary (38,6 %), qui est deuxième, et largement supérieur à celui de Halifax (33,7 %), qui est troisième. Il convient également de noter que, dans chacune de ces trois RMR, plus de la moitié des ménages utilisent régulièrement la communication par ordinateur dans un lieu ou un autre au cours d'un mois type.

Les taux de pénétration de l'utilisation à domicile ont fait des grands progrès dans plusieurs RMR, dépassant dix points de pourcentage dans cinq d'entre elles - Halifax, Hamilton, London, Calgary et Victoria. Halifax a également vu son taux de pénétration

school use penetration rate, which is now the highest in the country. The percentage increase in the number of households using from home was highest for Halifax (76.8%), Québec (70.8%) and Hamilton (69.2%).

SUMMARY

The data show that Canadian households are rapidly becoming more connected. Households' use of computer communications is rising and this is occurring from all major locations of use. Not only is there a higher number of households regularly using computer communications from home, many of these regular-user households indicate that this has become a daily part of their lives. Moreover, Canadian households appear to be using computer communications for a variety of purposes from home.

There appears to be a relationship between usage of computer communications and household income and education levels. In addition, there remains a substantial difference in usage rates between younger and older groups. Additional research may be conducted to further examine the relationships between household characteristics and Internet use.

Geographically, relative usage of computer communications continues to be highest in Alberta and British Columbia. It was also evident that urban households are more likely to be connected than households living outside Canada's major CMAs.

FUTURE WORK

Connectedness indicators, such as those presented in this paper, will continue to be monitored through household surveys. This will make possible the establishment of time series that permit the analysis of disparities in connectedness between "have" and "have not" households. At the same time, measurement of new aspects of household connectedness are planned. Electronic commerce is an expanding area, which generates huge interest from policy makers and businesses alike, both nationally and internationally. Such purchases by households will be explored starting with the 1999 survey.

Moreover, the year 2000 cycle of the General Social Survey will cover the area of access to and use of computer communications among Canadians. As this would be a survey of individuals rather than households it will provide valuable information complementary to that existing for households. Furthermore, it will also shed light on the social impacts of the introduction and use of such new technologies.

de l'utilisation à l'école augmenter de six points de pourcentage, ce qui en fait le taux le plus élevé au pays. L'augmentation du pourcentage du nombre de ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile a été plus élevée à Halifax (76,8 %), dans la ville de Québec (70,8 %) et à Hamilton (69,2 %).

RÉSUMÉ

Les données montrent que les ménages canadiens sont de plus en plus branchés. L'utilisation de la communication par ordinateur augmente au sein des ménages et ce, pour tous les principaux lieux d'utilisation. Non seulement y a-t-il un plus grand nombre de ménages qui y ont régulièrement recours à domicile, mais bon nombre de ces utilisateurs réguliers ont indiqué qu'elle faisait partie de leur quotidien. Par ailleurs, les ménages canadiens semblent utiliser la communication par ordinateur à domicile pour une gamme variée d'activités.

L'utilisation de la communication par ordinateur semble être liée au revenu et au niveau de scolarité des ménages. En outre, il existe toujours une différence importante entre le taux d'utilisation par les groupes de jeunes et le taux d'utilisation par les groupes plus âgés. Des recherches supplémentaires pourraient être effectuées pour examiner davantage les liens entre les caractéristiques des ménages et l'utilisation du réseau Internet.

Sur le plan de la géographie, l'Alberta et la Colombie Britannique demeurent en tête au chapitre de l'utilisation relative de la communication par ordinateur. Il est également indéniable que les ménages urbains sont plus susceptibles d'être branchés que les ménages habitant à l'extérieur des principales RMR du Canada.

TRAVAUX FUTURS

De nouvelles enquêtes-ménages suivront l'évolution des indicateurs de connectivité, comme ceux présentés dans cet article. Il sera ainsi possible d'établir des séries chronologiques qui permettront d'analyser les disparités en matière de connectivité chez les ménages «branchés» et «non branchés». D'autres mesures de nouveaux aspects de la connectivité des ménages sont prévues. Le commerce électronique est un secteur en expansion qui suscite un intérêt considérable chez les décideurs et les entreprises, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Les achats effectués de cette façon par les ménages seront étudiés à partir des données de l'enquête effectuée en 1999.

Par ailleurs, le cycle de l'an 2000 de l'Enquête sociale générale couvrira le domaine de l'accès à la communication par ordinateur et son utilisation chez les Canadiens. Cette enquête, qui porte sur les individus plutôt que sur les ménages, fournira de précieux renseignements complémentaires à ceux qui existent déjà concernant les ménages. De plus, elle fera la lumière sur les répercussions sociales de l'avènement et de l'utilisation des nouvelles technologies.

Finally, additional work is underway. A new survey will explore businesses' use of information and communications technology and electronic commerce by firm size and industry. Thus a more comprehensive picture of developments related to connectedness across economic sectors will emerge.

Enfin, d'autres travaux sont en cours. Une nouvelle enquête explorera l'utilisation par les entreprises des technologies de l'information et des communications, de même que du commerce électronique, selon la taille de l'entreprise et par industrie. On dégagera ainsi un portrait plus complet des développements liés à la connectivité, en fonction des secteurs économiques.

References

Dickinson P. and Sciadas G (1996), "Access to the Information Highway", *Canadian Economic Observer*, Cat. No. 11-010-XPB, December.

Dickinson P. and Sciadas G. (1997), "Access to the Information Highway: the Sequel", *Services Indicators*, Cat.No. 63-016-XPB, June.

Dickinson P. and Sciadas G (1999), "Canadians Connected", *Canadian Economic Observer*, Cat. No. 11-010-XPB, February.

IHAC (1997), "Preparing Canada for a Digital World", Final Report of the Information Highway Advisory Council, September.

OECD (1998), "Global Electronic Commerce: Realizing the Potential", Forward by the Right Honourable Jean Chretien, Prime Minister of Canada, October.

Speech from the Throne (1997), <http://www.parl.gc.ca/36/refmat/throne-e.htm>, September.

USA (1998), "Falling through the Net II: New data on the Digital Divide", National Telecommunications and Information Administration, July.

Références

Dickinson, P. et Sciadas, G (1996), «Accès à l'autoroute de l'information», *Observateur économique canadien*, n° 11-010-XPB au catalogue, décembre.

Dickinson, P. et Sciadas, G. (1997), «Accès à l'autoroute de l'information : la suite», *Indicateurs des services*, n° 63-016-XPB au catalogue, juin.

Dickinson, P. et Sciadas, G (1999), «Les Canadiens branchés», *Observateur économique canadien*, n° 11-010-XPB au catalogue, février.

IHAC (1997), «Préparer le Canada au monde numérique», Rapport final du Comité consultatif sur L'autoroute de l'information, septembre.

OECD (1998), «Global Electronic Commerce: Realizing the Potential», par le Très honorable Jean Chrétien, Premier ministre du Canada, octobre.

Discours du Trône (1997), <http://www.parl.gc.ca/36/refmat/throne-f.htm>, septembre.

États-Unis (1998), «Falling through the Net II: New data on the Digital Divide», National Telecommunications and Information Administration, juillet.

Appendix Table 1.

Annexe Tableau 1.

Penetration rates for regular use households by
province and location of use

Taux de pénétration dans les ménages utilisateurs réguliers
selon la province et le lieu d'utilisation

	Home Domicile		Work Travail		School École		Library Bibliothèque		Other Autre		Any location Tous lieux	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
% of households using computer communications — % des ménages qui utilisent la communication par ordinateur												
All Provinces — Toutes les provinces	16.0	22.6	19.9	23.3	9.4	12.1	3.7	4.3	2.8	2.6	29.4	35.9
Newfoundland — Terre-Neuve	12.4	15.4	15.7	17.2	12.9	14.5	4.3	4.7	*	(3.7)	26.6	28.9
Prince Edward Island — Île du Prince-Édouard	10.5	17.1	16.6	21.0	11.4	14.5	(2.0)	(4.5)	(2.2)	(2.6)	26.0	35.4
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	14.3	23.7	20.7	22.9	14.3	17.4	5.0	5.6	3.1	3.4	32.2	37.9
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	12.1	18.2	18.0	19.8	10.7	12.3	2.6	2.3	4.9	(2.1)	29.1	31.2
Quebec — Québec	10.2	15.6	13.1	16.4	5.6	7.6	2.1	2.8	1.8	1.7	20.1	26.2
Ontario	19.3	25.5	23.3	25.5	10.6	12.6	4.4	4.7	3.1	2.4	33.2	39.0
Manitoba	13.7	19.9	20.4	22.3	9.4	12.5	3.3	2.4	3.1	2.8	29.3	33.5
Saskatchewan	12.3	18.3	18.2	21.5	8.9	13.9	2.8	3.7	3.3	2.6	27.2	33.8
Alberta	18.7	27.7	25.8	31.7	11.8	17.6	4.3	4.8	3.4	3.7	34.5	45.1
British Columbia — Colombie-Britannique	19.9	27.9	21.2	26.7	9.6	13.1	4.5	6.5	3.1	4.2	33.6	42.0

= Low reliability estimate due to sample size. — Estimation dont la fiabilité est faible en raison de la taille de l'échantillon.

= Confidential due to sample size. — Confidentiel en raison de la taille de l'échantillon.

Appendix Table 2.

Annexe Tableau 2.

Penetration rates by household characteristics and income quartile

Taux de pénétration selon les caractéristiques des ménages et le quartile de revenu

	Income Quartiles — Quartiles de revenu										
	Bottom		Second		Third		Top		All		
	Inférieur		Deuxième		Troisième		Supérieur		Tous		
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
regular use from home — utilisation régulière à domicile											
All households	5.5	7.1	8.8	13.6	17.1	24.4	32.5	45.1	16.0	22.6	Tous les ménages
Education of household head											Scolarité du chef du ménage
Less than high school	(1.2)	2.3	2.5	4.3	6.5	12.1	13.6	22.9	3.9	6.6	Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	7.6	9.9	9.8	15.4	16.0	24.4	29.0	40.7	16.0	23.1	Études secondaires ou collégiales
University degree	23.8	27.2	25.5	32.7	33.7	37.5	46.0	58.6	37.5	46.7	Diplôme universitaire
Age of household head											Âge du chef du ménage
Less than age 35	10.3	14.0	15.8	20.1	19.7	28.8	33.8	44.1	19.1	26.1	Moins de 35 ans
Age 35 to 54	7.9	11.2	11.1	17.5	19.8	26.7	34.5	48.4	21.6	30.1	35 à 54 ans
Age 55 to 64	(3.4)	(4.2)	6.0	10.7	12.0	19.3	27.3	38.4	12.0	18.2	55 à 64 ans
Age 65 and over	(1.1)	(1.3)	(2.4)	(4.3)	(6.9)	11.4	16.3	26.3	3.4	5.3	65 ans et plus
Family type											Genre de ménage
Single-family, with <18	7.3	11.4	12.0	19.1	19.9	29.4	35.8	48.8	21.7	31.0	Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	7.4	8.2	7.1	11.5	15.0	21.2	28.9	42.6	15.5	22.5	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	3.1	4.0	6.5	10.6	12.6	20.4	26.4	34.1	7.1	10.5	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	(12.6)	14.8	18.2	17.8	31.4	24.1	39.0	44.3	24.6	26.2	Multifamilial
regular use from any location — utilisation régulière à partir de tout lieu											
All households	12.4	13.2	18.4	23.6	32.8	41.5	53.7	65.1	29.4	35.9	Tous les ménages
Education of household head											Scolarité du chef du ménage
Less than high school	3.4	4.9	6.2	9.1	15.6	23.4	27.1	38.7	9.0	12.6	Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	17.9	18.0	21.0	27.0	32.0	40.9	50.9	60.8	31.0	37.4	Études secondaires ou collégiales
University degree	41.9	45.6	46.1	49.5	55.8	62.5	69.4	79.9	59.6	68.1	Diplôme universitaire
Age of household head											Âge du chef du ménage
Less than age 35	24.6	27.8	32.3	38.4	40.2	50.8	59.3	67.0	37.9	45.3	Moins de 35 ans
Age 35 to 54	17.0	19.1	24.7	30.5	37.7	46.3	56.6	69.0	38.8	46.9	35 à 54 ans
Age 55 to 64	7.5	7.4	11.8	16.6	22.1	29.3	44.0	56.3	21.1	27.5	55 à 64 ans
Age 65 and over	(2.1)	2.2	4.2	5.3	10.2	15.6	24.0	34.7	5.5	7.2	65 ans et plus
Family type											Genre de ménage
Single-family, with <18	17.1	22.6	24.2	33.5	36.9	47.7	57.7	68.0	38.2	47.6	Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	15.1	13.1	13.8	17.4	27.0	34.3	49.5	62.8	27.7	34.2	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	6.9	7.4	17.1	21.1	32.4	42.9	47.3	57.1	16.5	20.4	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	31.5	30.3	33.9	34.7	52.9	44.2	60.0	68.0	43.7	45.5	Multifamilial

<18 = Unmarried children under age 18. — Enfants non mariés de moins de 18 ans.

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation dont la fiabilité est faible en raison de la taille de l'échantillon.

Appendix Table 3.

Annexe Tableau 3.

Proportion of households using computer communications, by household characteristics, income quartile, and location of use*

Proportion de ménages utilisant la communication par ordinateur, selon les caractéristiques des ménages, le quartile de revenu et le lieu d'utilisation*

	Income Quartiles — Quartiles de revenu										
	Bottom		Second		Third		Top		All		
	Inférieur		Deuxième		Troisième		Supérieur		Tous		
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
% regular use from home — utilisation régulière à domicile											
Education of household head											
Less than high school	(12.7)	15.5	18.7	18.7	29.5	32.2	39.1	33.6	7.0	8.0	Éducation du chef du ménage Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	9.7	8.8	15.9	17.7	28.5	29.9	45.9	43.6	54.6	56.5	Études secondaires ou collégiales
University degree	6.4	4.7	9.9	10.1	23.8	21.2	60.0	63.9	38.4	35.5	Diplôme universitaire
Age of household head											
Less than age 35	14.7	13.6	20.9	20.2	28.3	28.9	36.2	37.3	26.4	25.4	Âge du chef du ménage Moins de 35 ans
35 to 54	5.9	5.6	9.9	11.8	26.0	26.2	58.2	56.4	59.2	59.0	35 à 54 ans
55 to 64	(6.8)	(5.4)	13.3	16.3	25.9	25.5	53.9	52.9	10.0	10.9	55 à 64 ans
65 and over	(13.4)	(11.0)	(25.4)	26.0	(29.6)	31.4	31.6	31.7	4.4	4.8	Moins de 65 ans
Family type											
Single-family, with <18	5.6	6.0	11.0	12.5	26.3	27.5	57.0	53.9	46.6	46.7	Genre de ménage Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	7.4	6.3	13.3	14.0	26.2	25.0	53.1	54.7	35.7	36.7	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	22.1	18.4	23.8	28.1	30.7	33.8	23.4	19.6	10.7	11.4	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	(14.2)	12.9	19.6	17.1	26.6	21.4	39.6	48.6	7.0	5.1	Multifamilial
regular use from any location — utilisation régulière à partir de tous lieux											
Education of household head											
Less than high school	15.8	17.3	20.2	20.8	30.6	32.4	33.4	29.6	8.9	9.7	Scolarité du chef du ménage Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	11.8	9.9	17.6	19.1	29.3	30.9	41.4	40.1	57.9	57.7	Études secondaires ou collégiales
University degree	7.0	5.4	11.2	10.5	24.8	24.3	56.9	59.8	33.3	32.6	Diplôme universitaire
Age of household head											
Less than age 35	17.6	15.7	21.4	22.3	29.0	29.4	32.0	32.6	28.6	27.7	Âge du chef du ménage Moins de 35 ans
35 to 54	7.0	6.2	12.2	13.2	27.5	29.1	53.2	51.6	58.0	57.9	35 à 54 ans
55 to 64	8.5	6.3	14.9	16.7	27.1	25.6	49.5	51.4	9.5	10.4	55 à 64 ans
65 and over	16.2	14.2	27.6	23.6	27.3	31.5	28.9	30.8	3.9	4.1	65 ans et plus
Family type											
Single-family, with <18	7.5	7.8	12.6	14.3	27.6	29.1	52.2	48.9	44.8	45.2	Genre de ménage Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	8.5	6.5	14.4	13.9	26.4	26.7	50.8	52.9	34.9	35.2	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	21.1	17.7	26.9	28.8	33.9	36.6	18.0	16.9	13.6	14.0	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	19.9	15.3	20.6	19.2	25.2	22.7	34.2	42.9	6.8	5.6	Multifamilial
all households — tous les ménages											
Education of household head											
Less than high school	42.1	44.2	29.2	28.6	17.6	17.5	11.1	9.6	28.8	27.5	Scolarité du chef du ménage Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	20.4	20.6	26.0	26.4	28.4	28.3	25.2	24.7	54.8	55.3	Études secondaires ou collégiales
University degree	10.0	8.1	14.6	15.5	26.5	26.4	49.0	51.0	16.4	17.2	Diplôme universitaire
Age of household head											
Less than age 35	27.2	25.5	25.1	26.3	27.3	26.2	20.5	22.1	22.2	21.9	Âge du chef du ménage Moins de 35 ans
35 to 54	16.0	15.2	19.2	20.2	28.4	29.5	36.4	35.1	43.9	44.3	35 à 54 ans
55 to 64	23.8	23.3	26.6	27.7	25.8	24.0	23.7	25.1	13.3	13.5	55 à 64 ans
65 and over	42.3	42.6	36.3	32.2	14.7	14.6	6.6	6.4	20.7	20.3	65 ans et plus
Family type											
Single-family, with <18	16.8	16.4	20.0	20.3	28.7	29.0	34.6	34.2	34.4	34.1	Genre de ménage Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	15.5	17.1	28.9	27.4	27.1	26.6	28.5	28.9	36.9	36.9	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	50.4	48.8	26.0	27.9	17.3	17.4	6.3	6.0	24.2	24.7	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	27.7	22.9	26.6	25.2	20.8	23.3	24.9	28.7	4.6	4.4	Multifamilial

Example (1998): 35.5% of home user households have a university degree, of which 63.9% are in the top quartile. — Exemple (1998) : 35,5% des ménages l'utilisant à domicile ont un diplôme universitaire, desquels 63,9 % sont dans le quartile supérieur.

18 = Unmarried children under age 18. — Enfants non mariés de moins de 18 ans.

— Low reliability estimate due to sample size. — Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Appendix Table 4.

Annexe Tableau 4.

Distribution of income quartile by household characteristics

Distribution des quartiles de revenu selon les caractéristiques des ménages

	Income Quartiles — Quartiles de revenu										
	Bottom		Second		Third		Top		All		
	Inférieur		Deuxième		Troisième		Supérieur		Tous		
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	
%											
regular home use households — ménages dont l'utilisation est régulière à domicile											
Education of household head											
Less than high school	(10.2)	15.7	9.5	9.9	7.7	9.5	5.4	5.4	7.0	8.0	Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	61.5	63.1	63.1	66.3	58.1	62.6	49.3	49.2	54.6	56.5	Études secondaires ou collégiales
University degree	28.2	21.2	27.5	23.8	34.2	27.9	45.3	45.4	38.4	35.5	Diplôme universitaire
Age of household head											
Less than age 35	44.9	43.7	39.9	34.0	27.9	27.1	18.2	18.9	26.4	25.4	Moins de 35 ans
Age 35 to 54	40.4	42.2	42.4	46.0	57.5	57.1	67.9	66.5	59.2	59.0	35 à 54 ans
Age 55 to 64	(7.9)	(7.4)	9.6	11.7	9.6	10.3	10.6	11.5	10.0	10.9	55 à 64 ans
Age 65 and over	(6.8)	(6.7)	(8.1)	8.3	(4.9)	5.6	2.7	3.0	4.4	4.8	65 ans et plus
Family type											
Single-family, with <18	30.4	35.7	37.1	38.8	45.8	47.6	52.3	50.4	46.6	46.7	Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	30.7	29.2	34.4	34.1	35.0	34.1	37.4	40.2	35.7	36.7	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	27.4	26.7	18.5	21.3	12.3	14.3	4.9	4.5	10.7	11.4	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	(11.5)	8.4	10.0	5.8	7.0	4.1	5.5	5.0	7.0	5.1	Multifamilial
households regularly using from any point of use — ménages dont l'utilisation est régulière en tout lieu											
Education of household head											
Less than high school	13.3	18.3	11.4	12.2	9.7	10.9	6.5	6.3	8.9	9.7	Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	64.5	62.5	64.8	67.0	60.7	61.8	42.3	50.9	57.9	57.7	Études secondaires ou collégiales
University degree	22.2	19.2	23.8	20.8	29.6	27.3	41.3	42.8	33.3	32.6	Diplôme universitaire
Age of household head											
Less than age 35	47.8	47.3	39.0	37.4	29.7	28.1	20.0	19.9	28.6	27.7	Moins de 35 ans
Age 35 to 54	38.7	39.2	45.1	46.2	57.2	58.2	67.3	65.7	58.0	57.9	35 à 54 ans
Age 55 to 64	7.7	7.1	9.1	10.5	9.3	9.2	10.3	11.7	9.5	10.4	55 à 64 ans
Age 65 and over	(5.9)	6.3	6.8	5.9	3.8	4.5	2.4	2.8	3.9	4.1	65 ans et plus
Family type											
Single-family, with <18	32.0	38.5	36.0	39.3	44.4	45.4	51.0	48.6	44.8	45.2	Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	27.9	25.1	31.8	29.7	33.0	32.4	38.6	40.9	34.9	35.2	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	27.2	27.1	23.3	24.5	16.5	17.7	5.3	5.2	13.6	14.0	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	12.8	9.3	8.9	6.5	6.1	4.4	5.1	5.3	6.8	5.6	Multifamilial
all households — tous les ménages											
Education of household head											
Less than high school	48.6	48.8	33.6	31.5	20.4	19.3	12.8	10.6	28.8	27.5	Moins qu'un diplôme d'études second.
High school or college	44.8	45.7	56.9	58.5	62.4	62.6	55.2	54.5	54.8	55.3	Études secondaires ou collégiales
University degree	6.6	5.5	9.5	10.0	17.4	18.1	32.2	34.9	16.4	17.2	Diplôme universitaire
Age of household head											
Less than age 35	24.1	22.4	22.3	22.0	24.2	23.0	18.1	19.3	22.2	21.9	Moins de 35 ans
Age 35 to 54	28.2	27.0	33.6	35.8	49.8	52.2	63.9	62.0	43.9	44.3	35 à 54 ans
Age 55 to 64	12.7	12.6	14.2	15.0	13.8	13.0	12.6	13.5	13.3	13.5	55 à 64 ans
Age 65 and over	35.1	38.1	30.0	26.2	12.2	11.9	5.5	5.2	20.7	20.3	65 ans et plus
Family type											
Single-family, with <18	23.2	22.4	27.4	27.7	39.5	39.5	47.5	46.5	34.4	34.1	Unifamilial avec enfants <18 ans
Single-family, no <18	23.0	25.3	42.6	40.4	40.0	39.2	41.9	42.5	36.9	36.9	Unifamilial sans enfants <18 ans
One-person household	48.8	48.2	25.1	27.5	16.7	17.1	6.1	5.9	24.2	24.7	Ménage d'une seule personne
Multi-family household	5.1	4.1	4.8	4.5	3.8	4.1	4.5	5.1	4.6	4.4	Multifamilial

Example (1998): Households where the head has a university degree are 17.2% of all households but 35.5% of home use households. They make up 34.9% of the top income quartile, but 45.4% of home use households in that quartile. — Exemple (1998) : Les ménages dont le chef a un diplôme universitaire représentent 17,2 % de tous les ménages, mais 35,5 % de tous les ménages utilisateurs à domicile. Ils représentent 34,9 % du quartile supérieur de revenu, mais 45,4 % des ménages utilisateurs à domicile dans ce quartile.

<18 = Unmarried children under age 18. — Enfants non mariés de moins de 18 ans.

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Feature Article

Étude spéciale

Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs

Norah Hillary and Gord Baldwin

Service Industries Division

Tel.: (613) 951-8711 or (613) 951-0407

Fax: (613) 951-6696

E-mail: hillnor@statcan.ca or baldgor@statcan.ca

Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI

Norah Hillary et Gord Baldwin

Division des industries de service

Téléphone : (613) 951-8711 ou (613) 951-0407

Télécopieur : (613) 951-6696

Courrier électronique : hillnor@statcan.ca ou baldgor@statcan.ca

Introduction

Internet Service Providers (ISPs) play an important role in connecting Canadians, individuals and businesses alike. They enable Canadians to participate and compete in the world of the Internet - the heart of the global information society. While it is generally understood that the industry is characterized by several large players, as well as many small firms for whom few barriers to entry and exit exist, relatively little is known about Canada's ISPs. Few studies have been undertaken on this emerging, competitive industry and the rapid entry and exit of firms compounds the problem of estimating the ISP population and its characteristics.

To address this information gap, the *Survey of Internet Service Providers and Computer Services, 1997* was conducted by Statistics Canada on behalf of Industry Canada, in the spring of 1998. It was designed to collect information on the revenues, employment, product mixes, end-use markets, distribution channels, business practices and R&D activities of firms engaged in providing Internet access and/or other Internet services in Canada. Questionnaires were mailed to 675 ISPs and valid responses were received from 383 ISPs across the country (a response rate of 57%). Please see the methodology box for more information on the survey itself.

Due to its comprehensive nature, much can be learned from the survey's results as they provide a snapshot of the growing ISP industry in Canada. The scope of this paper will be limited to analysis of various characteristics of "primary ISPs", that is, those firms reporting that 50% or more of their revenues come from ISP activities. Consequently, this study does not address characteristics of FreeNets/Community Networks or other non-profit organizations that did not report revenue. Nor does it

Introduction

Les fournisseurs de services Internet (FSI) jouent un rôle essentiel pour ce qui est de connecter les Canadiens, qu'il s'agisse d'abonnements résidentiels ou commerciaux. Ils permettent aux Canadiens de se tailler une place dans le monde d'Internet - le cœur de la société mondiale de l'information - et d'y soutenir la concurrence. On sait, en règle générale, que l'industrie compte plusieurs intervenants de grande taille ainsi que de nombreuses petites entreprises pour lesquelles il n'y a que peu d'obstacles pour entrer sur le marché et en sortir. Toutefois, on a peu d'information sur les FSI canadiens. Peu d'études ont été réalisées sur ce nouveau secteur concurrentiel. De plus, l'apparition et la disparition rapides d'entreprises compliquent les choses quand il s'agit d'évaluer le nombre et les caractéristiques des FSI.

Afin de combler cette lacune en matière d'information, Statistique Canada a réalisé au printemps 1998 l'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques* pour le compte d'Industrie Canada. L'enquête visait à colliger de l'information sur les revenus, l'emploi, la gamme de produits, les marchés d'utilisation finale, les canaux de distribution, les pratiques commerciales et les activités de R&D des entreprises qui offrent un accès Internet ou d'autres services Internet au Canada. Des questionnaires ont été envoyés à 675 FSI et 383 d'entre eux ont retourné un questionnaire valide, des quatre coins du Canada (soit un taux de réponse de 57 %). Veuillez consulter l'encadré sur la méthodologie pour en savoir plus sur l'enquête elle-même.

En raison de leur nature exhaustive, les résultats de l'enquête ont beaucoup à nous apprendre. Ils nous donnent en effet un aperçu du secteur en pleine évolution des FSI au Canada. Le présent document se limite à l'analyse de certaines caractéristiques des «FSI principaux», c'est-à-dire des entreprises dont 50 % ou plus des revenus proviennent d'activités de FSI. Par conséquent, la présente étude n'aborde pas les caractéristiques des libertels ou réseaux communautaires, ni d'autres organismes sans but lucratif qui n'ont pas déclaré de revenus provenant de ces activités. Elle n'examine

examine the large component of total ISP activity in Canada that is carried out by firms deriving less than 50% of their revenue from ISP activity (such as telephone carriers that offer ISP services). Also, large foreign ISPs offering Canadian access through local Canadian phone numbers, but without a server presence in Canada, are not covered by the survey.

The paper will look at challenges facing ISPs today including barriers to growth, competing in the Internet sector, complaints and practices regarding offensive content and conduct, as well as ISPs' perceptions of what is important to customers. These issues will be analysed after classifying ISPs into four different size categories, based on ISP revenue. This will enable one to see any differences in perception or conduct between ISPs of varying sizes.

pas non plus la vaste composante de l'activité totale de FSI au Canada qui revient à des entreprises qui tirent moins de 50 % de leurs revenus des activités de FSI (notamment, les télécommunicateurs qui offrent des services de FSI). L'étude ne tient pas non plus compte des grands FSI étrangers qui offrent un accès Internet au Canada grâce à des numéros de téléphone locaux, sans que le serveur ne se trouve au Canada.

Le présent document examine les enjeux auxquels sont confrontés les FSI aujourd'hui, notamment les obstacles à la croissance, la concurrence dans Internet, les plaintes et les pratiques concernant une conduite et un contenu offensants ainsi que la façon dont les FSI perçoivent ce qui est important pour leurs clients. Nous analyserons ces points après avoir réparti les FSI en quatre catégories de taille, d'après leurs revenus, ce qui nous permettra de voir les différences de perception ou de conduite entre les FSI de différentes tailles.

What are Internet Service Providers (ISPs)?

Internet Service Providers (ISPs) are companies or organizations that act as gateways through which businesses, individuals and organizations can access the World Wide Web. An ISP maintains a network linked to the Internet via a high-speed communication line and offers connections to the Internet for their clients.

In addition, ISPs can provide other services such as web hosting and proprietary online services. The web hosting service enables clients to post Internet-accessible web pages on the ISP's web server. As well, proprietary online services are custom services also offered by some ISPs, but only to their subscribers.

Fees for the services of ISPs depend on several factors. They can vary by region. They can also depend on the type of connection, modem speed and level of service being asked for. In some cases, the fee is a flat monthly or annual rate for which customers face no limits on connection time. Other ISPs are known to charge by the hour for time in which the user is connected.

Que sont les fournisseurs de services Internet (FSI)?

Les fournisseurs de services Internet (FSI) sont des entreprises ou des organismes qui font office de porte d'entrée et grâce auxquels les entreprises, les particuliers et les organismes peuvent avoir accès au Web. Un FSI entretient un réseau lié à Internet au moyen d'une ligne de communication à haute vitesse et offre des connexions à Internet à ses clients.

De plus, les FSI offrent d'autres services comme l'accueil de sites Web et des circuits spécialisés. Le service d'accueil de sites Web permet aux clients d'afficher des pages Web sur Internet, sur le serveur Web du FSI. De même, les circuits spécialisés sont des services personnalisés qu'offrent certains FSI à leurs abonnés uniquement.

Les frais de service des FSI dépendent de plusieurs facteurs et varient d'une région à l'autre. Ils dépendent aussi du type de connexion, de la vitesse du modem et du niveau de service demandé. Dans certains cas, il s'agit d'un forfait mensuel ou annuel dans le cadre duquel les clients bénéficient d'un temps d'utilisation illimité. D'autres FSI facturent le compte de leurs clients à l'heure, en fonction de la durée de la connexion.

Respondent Distribution

Of the 383 respondents to the *Survey of Internet Service Providers and Computer Services, 1997*, 354 identified themselves as for-profit organizations, while 29 were either FreeNets/Community Networks or other non-profit organizations.

Respondents were asked to report the proportion of operating revenues that they derived from ISP activities, with results ranging from less than 1% of total operating revenue to as much as 100%. Based on this information, the 383 ISPs can be broken down into two categories:

- i) Primary ISPs: these are firms that derive 50% or more of their total operating revenue from the provision of ISP services.

Distribution des répondants

Sur les 383 répondants à l'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques*, 354 se sont présentés comme des organismes à but lucratif, alors que 29 d'entre eux étaient des réseaux libertels ou communautaires ou encore d'autres organismes sans but lucratif.

On a demandé aux répondants d'indiquer la proportion de revenus d'exploitation provenant d'activités de FSI. Les résultats vont de moins de 1 % à 100 % du total des revenus d'exploitation. Compte tenu de ces données, les 383 FSI se classent en deux catégories :

- i) Les FSI principaux. Il s'agit des entreprises qui tirent 50 % ou plus du total de leurs revenus d'exploitation de la prestation de services de FSI.

Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997

The Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997 was conducted by Statistics Canada on behalf of Industry Canada in the spring of 1998. A comprehensive questionnaire was designed to collect statistical information on the revenues, employment, product mixes, end-use markets, distribution channels, business practices and R&D activities of firms engaged in providing Internet access and/or other Internet services in Canada.

More specifically, in addition to questions on organizational and financial aspects of the firms (their revenues, expenses, employment, client groups), multi-part questions related to ISP activities were included. They asked about: revenue sources specific to ISP activities; customers; residential/business subscription packages; value-added services included for free vs additional fee; type of electronic commerce products and services provided; network capacity and customer usage; dial-up service and connection options; content provision; corporate policies; trade association membership; strategic alliances; and R&D activities. ISPs were also asked about their perceptions of factors impeding growth, competing in the Internet sector, customer preferences, and offensive content and conduct. For these questions, the ISPs' perception ratings of 1-5 were grouped into high (4 and 5), medium (3) and low (1 and 2) categories for analysis.

Survey Methodology

Target Population

The survey's target population consisted of all firms providing Internet access and/or other Internet services in Canada. Industry Canada compiled a database of all known ISPs after an extensive telephone campaign determined which firms did, in fact, provide such services. Statistics Canada created the survey frame from the database of 675 ISPs provided by Industry Canada. This was believed to be the most complete list of firms engaged in ISP activity in Canada and included for-profit organizations as well as FreeNets and other not-for-profit organizations. The survey goal was to compile information for all firms providing Internet access and/or other Internet services in Canada, regardless of the proportion of revenue derived from ISP activity. Increasingly, provision of Internet services is becoming an activity in which many varied types of firms engage, hence muddying the notion of the ISP "industry".

Estimation and Data Quality

The statistics contained in the Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997 cannot be used to derive industry-level estimates because they are not derived from a representative sample survey, but instead, are based on a database of all known ISPs. Consequently, all estimates are based solely on the responses received from the survey.

Questionnaires were mailed to 675 ISPs and valid responses were received from 383 ISPs across the country (a response rate of 57%). While this is a good proportion of the frame, it is not necessarily representative of the entire ISP population. For example, many large ISP players did not participate. The non-response may vary, not only by the size of firm, but also geographically across the country. The impact of this on the data is: under-representation of totals and possible introduction of bias for characteristics data (e.g., geared towards small and medium-sized ISPs in those parts of the country from which more responses were received).

For more information ...

Preliminary results from the Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997 have been posted on Industry Canada's website at <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/it05088e.html>. For more information or to enquire about the concepts, methods and data quality of the survey, contact Norah Hillary (613) 951-8711; hillnor@statcan.ca, Services Industries Division, Statistics Canada.

Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet (FSI) et de services informatiques

L'Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet (FSI) et de services informatiques a été réalisée par Statistique Canada pour le compte d'Industrie Canada, au printemps 1998. Un questionnaire complet a été élaboré pour colliger des données statistiques sur les revenus, l'emploi, la gamme de produits, les marchés d'utilisation finale, les canaux de distribution, les pratiques commerciales et les activités de R&D des entreprises offrant un accès Internet et d'autres services Internet au Canada.

Plus précisément, outre les questions sur les aspects organisationnels et financiers des entreprises (leurs revenus, leurs dépenses, l'emploi, les groupes de clients), il y avait aussi des questions à plusieurs parties sur les activités de FSI. Ces questions portaient sur les points suivants : sources de revenus propres aux activités de FSI, clients, forfaits d'abonnement résidentiels et commerciaux, services à valeur ajoutée gratuits ou moyennant des frais supplémentaires, type de produits et services de commerce électronique offerts, capacité du réseau et utilisation par les clients, accès commuté et possibilités de connexion, disposition quant au contenu, politiques des entreprises, adhésion à une association professionnelle, alliances stratégiques et activités de R&D. On a aussi demandé aux FSI quelles étaient leurs perceptions pour les points suivants : facteurs qui freinent la croissance, concurrence dans le secteur Internet, préférences des clients et conduite et contenu offensants. Pour ces questions, la perception des FSI était évaluée sur une échelle de 1 à 5, où 4-5 correspondaient à la catégorie élevée, 3, à la catégorie moyenne et 1-2, à la catégorie faible.

Méthodologie de l'enquête

Population cible

La population cible de l'enquête se composait de toutes les entreprises offrant un accès Internet et/ou d'autres services Internet au Canada. Industrie Canada a compilé une base de données de tous les FSI connus après qu'une campagne téléphonique de grande envergure eut permis de déterminer quelles entreprises offraient, en fait, ces services. Statistique Canada a créé le cadre de l'enquête à partir de la base de données de 675 FSI fournie par Industrie Canada. On pensait que cette base de données était la liste la plus complète d'entreprises qui offraient des services de FSI au Canada. Elle comprenait des organismes à but lucratif ainsi que des libéraux et d'autres organismes sans but lucratif. L'enquête visait à compiler l'information pour toutes les entreprises offrant un accès Internet et/ou d'autres services Internet au Canada, quelle que soit la part de revenus tirés d'activités de FSI. De plus en plus, la prestation de services Internet devient une activité dans laquelle s'engagent différents types d'entreprises, rendant ainsi encore plus confuse la notion d'«industrie» liée aux FSI.

Estimation et qualité des données

Les statistiques de l'Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques ne peuvent servir à faire des estimations au niveau de l'industrie parce qu'elles ne proviennent pas d'un échantillon représentatif mais s'appuient plutôt sur une base de données de tous les FSI connus. Par conséquent, toutes les estimations reposent uniquement sur les réponses reçues dans le cadre de l'enquête.

Les questionnaires ont été envoyés à 675 FSI et 383 FSI ont retourné des réponses valides des quatre coins du Canada (soit un taux de réponse de 57 %). Ce pourcentage est bon mais n'est pas forcément représentatif de tous les FSI. Par exemple, plusieurs FSI importants n'ont pas participé à cette enquête. Les FSI qui n'ont pas répondu varient non seulement par la taille mais aussi par la région géographique. Ces écarts entraînent une sous-représentation des totaux et la possibilité de voir apparaître des erreurs systématiques pour ce qui est des données sur les caractéristiques (par ex., tissu constitué de PME dans les régions du pays où le taux de réponse a été le plus élevé).

Pour en savoir plus ...

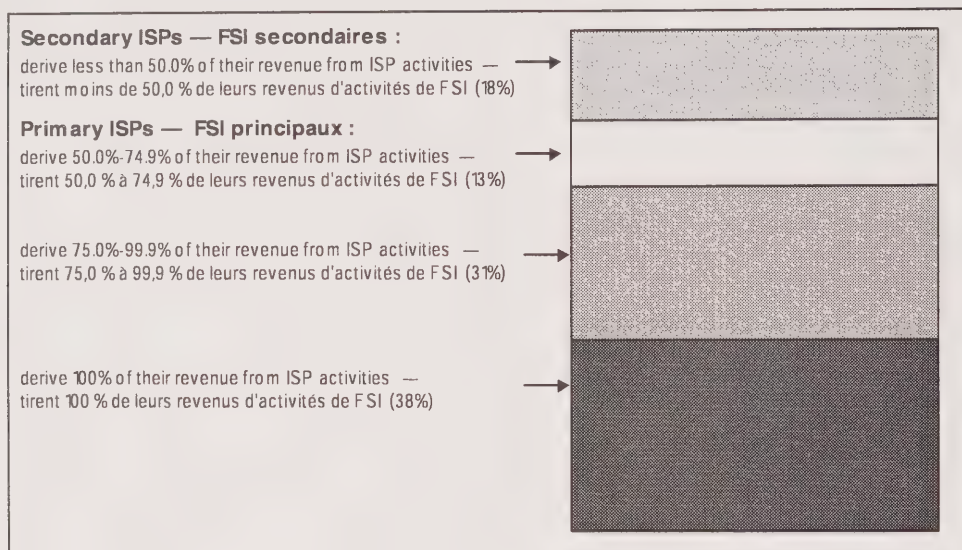
Les résultats préliminaires de l'Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques sont affichés sur le site Web d'Industrie Canada : <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/it05088f.html>. Pour en savoir plus ou pour s'informer sur les concepts, les méthodes et la qualité des données de l'enquête, contacter Norah Hillary, au (613) 951-8711; hillnor@statcan.ca, Division des industries de service, Statistique Canada.

- ii) Secondary ISPs: these are firms that derive less than 50% of their total operating revenue from the provision of ISP services.

Chart 1 shows the distribution of respondents according to the proportion of their revenue derived from ISP activities.

This study will look only at primary ISPs, that is, the 308 firms that rely mainly on ISP revenue.

Chart 1. Distribution of ISPs by percentage of their revenues that they derived from ISP activities in 1997



- ii) Les FSI secondaires. Il s'agit des entreprises qui tirent moins de 50 % du total de leurs revenus d'exploitation de la prestation de services de FSI.

Le graphique 1 indique la distribution des répondants selon la proportion de leurs revenus provenant d'activités de FSI.

La présente étude examinera uniquement les principaux FSI, c'est-à-dire les 308 entreprises qui tirent la plus grande part de leurs revenus d'activités de FSI.

Graphique 1. Distribution des FSI en pourcentage des revenus tirés d'activités de FSI en 1997

Firm Size Distribution

Firms with low revenues from ISP activities were more likely to fall into the primary ISP category, while firms with large ISP revenues were more likely to be in the secondary ISP category. This might be expected; although the provision of Internet services may be a secondary activity for "secondary ISPs", these firms earn a major share of all ISP revenues in Canada. This inverse relationship results from the large firms having different characteristics than the smaller firms. For example, larger, more diversified firms may be able to subsidize their ISP activities with revenues derived from other activities, such as telephone or cable services, or even cybercafés. On the other hand, smaller firms tend to have fewer customers, and often target niche markets rather than adopt strategies to capture greater market share.¹

Distribution selon la taille des entreprises

Les entreprises qui tirent de faibles revenus de leurs activités de FSI étaient plus susceptibles de se classer dans la catégorie des FSI principaux, alors que les entreprises dont les revenus d'activités de FSI sont élevés étaient plus susceptibles de se classer dans la catégorie des FSI secondaires. On pouvait s'y attendre. Même si la prestation de services Internet peut être une activité secondaire pour les «FSI secondaires», ces entreprises gagnent une très grosse part des revenus provenant d'activités de FSI au Canada. Ce rapport inverse est dû au fait que les grandes entreprises ont des caractéristiques différentes des entreprises plus petites. Par exemple, des entreprises plus grandes et plus diversifiées pourront subventionner leurs activités de FSI grâce aux revenus tirés d'autres activités, notamment services téléphoniques ou de câblodistribution ou même cybercafés. D'autre part, les entreprises plus petites tendent à avoir moins de clients. Elles exercent souvent leurs activités sur des marchés à créneaux cibles plutôt que d'adopter des stratégies pour capturer une plus grande part de marché¹.

¹ "One of the ways smaller ISPs have been successful is through offering niche services with added value", *Globe and Mail*, October 15, 1998, page B14.

¹ "One of the ways smaller ISPs have been successful is through offering niche services with added value", *Globe and Mail*, 15 octobre 1998, page B14.

Table 1 categorizes the 308 respondents classified as primary ISPs into four ISP revenue groups. These ISP revenue group breakdowns were chosen to facilitate comparisons with Industry Canada studies that consider both primary and secondary ISPs.²

Table 1. Distribution of ISPs in 1997, by revenue group

ISP Revenue Group	Revenues from ISP activities	Primary ISPs — FSI principaux	
		Number — Nombre	% Distribution — Distribution en %
Catégorie de revenus des FSI	Revenus tirés d'activités de FSI		
Micro — Micro-entreprises	Less than \$50,000 — Moins de 50 000 \$	60	19
Small — Petites entreprises	\$50,000 to \$249,999 — 50 000 \$ à 249 999 \$	128	42
Medium — Moyennes entreprises	\$250,000 to \$999,999 — 250 000 \$ à 999 999 \$	81	26
Large — Grandes entreprises	\$1,000,000 or more — 1 000 000 \$ ou plus	39	13
		308	100

While regional breakdowns of the data are possible (Atlantic, Quebec, Ontario, Prairies, BC/Territories), they go beyond the scope of this paper which will look at the national picture.

Barriers to Growth

ISPs were asked about the extent to which various factors impede the growth of their Internet services. For each of twelve potential factors, respondents were asked whether the factor was a high, medium or low barrier to their growth. Table 2 shows the proportion of ISPs that consider various factors to be high barriers to growth, and breaks the results down by size of ISP.

Most ISPs perceived that the cost of dial-up lines (reported by 68%) and the cost of leased lines from upstream providers (61%) were major impediments to growth. Small-sized companies (those with ISP revenues from \$50,000 to \$249,999) were likelier to perceive these factors as high barriers to growth than other ISPs. For the micro and small firms, 70% and 77% respectively, ranked the cost of dial-up lines to be a high barrier. Meanwhile, only 62% of medium firms and 45% of large firms (with ISP revenues of 1 million or more) reported this to be the case.

It is interesting to note that the large ISPs rated delays in obtaining facilities from telephone or cable companies as their highest barrier to growth, rating it even higher than

Le Tableau 1 classe les 308 répondants considérés comme des FSI principaux en quatre catégories de revenus. Cette distribution des FSI par catégorie de revenus a été choisie pour faciliter les comparaisons avec les études d'Industrie Canada qui tiennent compte aussi bien des FSI principaux que secondaires².

Tableau 1. Distribution des FSI en 1997, par catégorie de revenus

Ces données peuvent être classées par région (Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, C.-B./Territoires). Toutefois, elles dépassent le cadre du présent document qui ne tiendra compte que de la vision nationale.

Obstacles à la croissance

On a demandé aux FSI dans quelle mesure différents facteurs freinaient la croissance de leurs services Internet. Pour chacun des douze facteurs éventuels, on a demandé aux répondants si le facteur était un obstacle majeur, modéré ou mineur à leur croissance. Le Tableau 2 indique la proportion des FSI qui considèrent les différents facteurs comme des obstacles majeurs à la croissance et répartit les résultats selon la taille des FSI.

Pour la plupart des FSI, le coût des lignes commutées (mentionné par 68 % des répondants) et le coût des lignes louées des fournisseurs en amont (61 %) sont des obstacles majeurs à la croissance. Les petites entreprises (celles dont les revenus d'activités de FSI vont de 50 000 \$ à 249 999 \$) étaient plus susceptibles de percevoir ces facteurs comme des obstacles majeurs à la croissance que les autres FSI. Les micro- et les petites entreprises, 70 % et 77 % respectivement, ont classé le coût des lignes commutées comme un obstacle majeur. Parallèlement, seulement 62 % des entreprises de taille moyenne et 45 % des grandes entreprises (ayant des revenus d'activités de FSI de 1 million de dollars ou plus) ont mentionné ce point comme étant un obstacle majeur.

Il est intéressant de constater que les FSI qui sont de grandes entreprises ont indiqué les retards dans l'obtention des installations des compagnies de téléphone et de câblodistribution comme

For more information, please visit Industry Canada's website at <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/it05088e.html>.

² Pour en savoir plus, visitez le site Web d'Industrie Canada : <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/it05088f.html>.

the cost of dial-up lines. By comparison, the delays in obtaining facilities ranked further down the list of barriers for micro and small ISPs (Appendix table 1). This suggests that micro and small ISPs have barriers to growth more related to concerns regarding costs (cost of dial-up lines, access to financing, and costs of leased lines from upstream providers). Such costs may be relatively prohibitive to small ISPs due to their low revenues. By contrast, large ISPs appear better able to absorb these costs.

Overall, ISP respondents also perceived access to financing (reported by 48%), delays in obtaining facilities from a telephone or cable company (46%), and competition (41%) as high barriers to growth. As might be expected, access to financing ranked higher as a barrier to growth for micro- to medium-sized ISPs than it did for large ISPs.

l'obstacle le plus important à la croissance. Cet obstacle était encore plus important que le coût des lignes commutées. Par contre, les retards dans l'obtention d'installations se trouvaient bien plus loin sur la liste des obstacles des petits et des micro-FSI (Tableau 1 figurant en annexe), ce qui suggère que les obstacles à la croissance des petits et des micro-FSI sont plus liés à des préoccupations concernant les coûts (coût des lignes commutées, accès au financement et coût des lignes louées des fournisseurs en amont). Ces coûts peuvent être relativement prohibitifs pour les petits FSI en raison de leurs faibles revenus. Par contre, les grands FSI semblent mieux en mesure d'absorber ces coûts.

Dans l'ensemble, les FSI ont aussi perçu l'accès au financement (mentionné par 48 % des répondants), les retards dans l'obtention d'installations des compagnies de téléphone et de câblodistribution (46 %) et la concurrence (41 %) comme des obstacles majeurs à la croissance. Comme on pouvait s'y attendre, l'accès au financement est un obstacle plus important à la croissance pour les FSI de taille micro à moyenne que pour les grands FSI.

Table 2. Proportion of ISPs citing various factors as high barriers to growth

Tableau 2. Proportion des FSI citant différents facteurs comme des obstacles majeurs à la croissance

Barrier	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					Obstacles
	Micro	Small	Medium	Large	All ISPs	
	Micro-entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises	Tous les FSI	
	%					
Cost of dial-up lines	70	77	62	45	68	Coût des lignes commutées
Cost of leased lines from upstream providers	54	70	60	42	61	Coût des lignes louées des fournisseurs en amont
Access to Financing	62	49	45	26	48	Accès au financement
Delays in obtaining facilities from telephone or cable cos.	33	46	54	48	46	Retards dans l'obtention d'installations des compagnies de téléphone et de câblodistribution
Competition	47	48	29	39	41	Concurrence
Delays in obtaining facilities from backbone suppliers	22	27	34	39	29	Retards dans l'obtention d'installations des fournisseurs faisant partie du réseau national d'interconnexion
Regulatory environment	27	24	30	35	27	Milieu de la réglementation
Lack of qualified staff	18	13	29	22	19	Pénurie de personnel qualifié
Business management	11	13	26	16	17	Gestion des affaires
Threat of litigation	2	2	15	0	5	Menace de litige
Lack of on-line security	4	5	3	0	4	Absence de sécurité en ligne
Lack of on-line privacy	4	5	2	0	3	Absence de protection de la vie privée en ligne

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 1. — **Remarque :** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 1 figurant en annexe.

The relatively low ranking ISPs gave to the regulatory environment as a barrier to growth is understandable, given that the industry has largely been self-regulated and has supported the absence of government interference.³ Only 17% of respondents ranked the regulatory environment as a high barrier to growth (this proportion is unlikely to increase in the future due to the CRTC decision in May 1999 not to regulate the industry).⁴ There was a correlation between size of ISP and concern about the regulatory environment. The larger the ISP, the greater the likelihood that the regulatory environment was perceived to be a high barrier to growth.

While threat of litigation, lack of on-line security and lack of on-line privacy ranked consistently at the end of the list of these barriers to growth choices, it is interesting to note that there were no large ISPs rating any of these as a high barrier to growth. This could indicate that ISPs feel that the technical issues related to on-line security and privacy have been resolved and future problems can be overcome. Perhaps on-line security is not a major issue to ISPs because they may consider it an issue of communication between the consumer (using a browser software) and the business web site, and that such communication can be made secure by using appropriate encryption software.

Even the micro, small and medium ISPs rated lack of on-line security and privacy as low barriers to growth. Nevertheless, as will be demonstrated later in the article, protection of personal information, on-line privacy and security, and data and transaction security are being highly emphasized in planning for the future. This suggests that ISPs acknowledge the importance of privacy and security issues, but for the present feel that the technical issues have been addressed adequately and therefore, do not pose a significant barrier to growth. This should be encouraging to ISP customers concerned about on-line security and privacy.

Le fait que les FSI considèrent le milieu de la réglementation comme un obstacle relativement mineur à la croissance est compréhensible, compte tenu du fait que l'industrie est en grande part autoréglementée et se passe de l'intervention du gouvernement³. Seulement 27 % des répondants ont indiqué que le milieu de la réglementation constituait un obstacle majeur à la croissance (il est peu probable que cette proportion augmente à l'avenir en raison de la décision du CRTC, en mai 1999, de ne pas réglementer l'industrie)⁴. Il y a une corrélation entre la taille des FSI et leurs préoccupations pour ce qui est du milieu de la réglementation. Plus les FSI sont grands, plus grande est la probabilité qu'ils perçoivent le milieu de la réglementation comme un obstacle majeur à la croissance.

La menace de litige, l'absence de sécurité et de protection de la vie privée en ligne arrivent constamment à la fin de cette liste d'obstacles à la croissance. Toutefois, il est intéressant de constater qu'aucun FSI de grande taille ne considère aucun de ces points comme un obstacle majeur à la croissance, ce qui pourrait indiquer que, pour les FSI, les questions techniques liées à la sécurité et à la protection de la vie privée en ligne ont été résolues et que les problèmes ultérieurs pourront être surmontés. Peut-être aussi que la sécurité en ligne n'est pas un problème essentiel pour les FSI parce qu'ils considèrent qu'il s'agit d'un problème de communication entre le consommateur (qui utilise un logiciel de navigation) et le site Web de l'entreprise, et que ces communications peuvent avoir lieu en toute sécurité en utilisant un logiciel adapté de chiffrement.

Même les micro-, les petites et les moyennes FSI ont indiqué que la sécurité et la protection de la vie privée en ligne étaient des obstacles mineurs à la croissance. Toutefois, comme nous le démontrerons plus loin dans cet article, on met particulièrement l'accent sur la protection des renseignements personnels, la protection de la vie privée et la sécurité en ligne ainsi que sur la sécurité des données et des transactions dans la planification de l'avenir, ce qui suggère que les FSI reconnaissent l'importance des questions de protection de la vie privée et de sécurité mais sentent que pour l'instant les problèmes techniques ont été réglés adéquatement et, par conséquent, ne représentent pas un obstacle significatif à la croissance. Cette vision devrait être encourageante pour les clients des FSI qui se préoccupent de la sécurité et de la protection de la vie privée en ligne.

The Canadian Association of Internet Providers (CAIP) press release, February 4, 1999, "The U.S. experience has shown that voluntary methods of regulating the Internet industry - instead of a patchwork of government laws - are often more effective because self-regulation stimulates strong competitive pressure among service suppliers to meet customer demands for a more private and secure environment. CAIP continues to work with other countries to advance self-regulatory practices and policies worldwide."

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission news release, May 17, 1999 "CRTC will not regulate the Internet".

³ Communiqué de presse de l'Association canadienne des fournisseurs Internet du 4 février 1999. «L'expérience des États-Unis montre que des méthodes volontaires de réglementation d'Internet, plutôt qu'un ensemble de lois gouvernementales disparates, sont souvent plus efficaces du fait que l'autoréglementation stimule une forte pression concurrentielle entre les fournisseurs de services pour répondre à la demande des clients qui veulent un environnement plus privé et plus sûr. L'ACFI continue de collaborer avec d'autres pays pour faire avancer les pratiques et les politiques d'autoréglementation aux quatre coins du monde.»

⁴ Communiqué de presse du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes du 17 mai 1999. «Le CRTC ne réglementera pas Internet.»

Competition in the Internet Sector

The ISPs were asked to rate their ability to compete, in various manners, in the Internet provider sector. The results are shown in Table 3. ISPs felt best able to compete on the quality of their products and services. Over three-quarters of ISPs ranked their competitiveness in this regard as high. Confidence with respect to quality was especially high for medium- and large-sized ISPs. ISPs also have a high opinion of the service they offer to the public. When asked about their ability to compete based on customer service, 73% of ISPs rated themselves as high. Again, this confidence was especially high for medium- and large-sized ISPs. Still, over half of the smallest ISPs (53%) rated their ability to compete on the basis of customer service as high.

By contrast, ISPs are least confident in their abilities in R&D and introducing new products. While the rest of the world may look upon ISPs as being on the cutting edge of new technology, they appear to have a different view of themselves. Only 36% perceive that they have a high ability to compete on the basis of the frequency of introducing new products and/or services. Similarly, only 33% of the ISPs rate as high their ability to compete on research and development (R&D). This view is relatively stable across all size groups of ISPs.

Table 3. Proportion of ISPs which perceive their ability to compete is high, by various aspects of competitiveness

	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					
	Micro	Small	Medium	Large	All ISPs	
	Micro-entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises	Tous les FSI	
	%					
Ability to compete on:						Aptitude à soutenir la concurrence dans les domaines suivants :
Quality of product and services	67	74	81	90	77	Qualité des produits et services
Customer service	53	73	85	78	73	Services à la clientèle
Skill levels of employees	54	66	75	71	67	Niveaux des compétences des employés
Price of products and services	59	59	50	65	57	Prix des produits et services
Retaining qualified personnel	31	43	69	75	52	Conserver du personnel qualifié
Attracting qualified personnel	24	38	55	69	44	Attirer du personnel qualifié
Costs of production	39	43	44	41	42	Coûts de production
Labour relations	24	39	53	55	42	Relations de travail
Frequency of introducing new products/services	28	35	40	45	36	Fréquence de lancement de nouveaux produits et services
Research and development	31	30	39	32	33	Recherche et développement

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 2. — **Remarque :** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 2 figurant en annexe.

Concurrence dans le secteur Internet

On a demandé aux FSI d'évaluer leur aptitude à soutenir la concurrence, à différents égards, dans le secteur de la fourniture de services Internet. Les résultats sont indiqués dans le Tableau 3. Les FSI sont le mieux à même de soutenir la concurrence pour ce qui est de la qualité de leurs produits et services. Plus des trois quarts des FSI ont indiqué que leur compétitivité à cet égard était élevée. La confiance pour ce qui est de la qualité est particulièrement élevée pour les FSI de taille moyenne et de grande taille. Les FSI ont aussi une haute opinion du service qu'ils offrent au public. Quand on leur pose des questions sur leur aptitude à soutenir la concurrence pour ce qui est du service à la clientèle, 73 % des FSI ont évalué cette aptitude comme étant élevée. Une fois encore, la confiance est particulièrement élevée pour les FSI de taille moyenne et de grande taille. Pourtant, plus de la moitié des plus petits FSI (53 %) ont évalué leur aptitude à soutenir la concurrence sur la base du service à la clientèle comme étant élevée.

Par contre, la confiance des FSI est moins grande quand il s'agit de R&D et de lancer de nouveaux produits. Le reste du monde considère les FSI comme étant à la fine pointe des nouvelles technologies. Mais les FSI ne se perçoivent pas ainsi. Seulement 36 % d'entre eux perçoivent qu'ils ont une aptitude élevée à soutenir la concurrence pour ce qui est de la fréquence de lancement de nouveaux produits ou services. De même, seulement 33 % des FSI indiquent que leur aptitude à soutenir la concurrence pour ce qui est de la recherche et du développement (R&D) est élevée. Cette vision est relativement stable pour les FSI de toutes tailles.

Tableau 3. Proportion des FSI qui perçoivent leur aptitude à soutenir la concurrence dans différents domaines comme étant élevée

On the human resource front there were some noticeable differences based on the size of the provider. Only 24% of the smallest ISPs felt that their ability to attract qualified personnel was high. By contrast, 69% of the largest ISPs gave themselves high marks in this area. A very similar distribution was found when the ISPs were asked to rate their ability to retain qualified personnel. The smaller the ISPs, the less confident they were in their ability to retain qualified employees. This could be due, in part, to the nature of (that is, the relative ease in setting up and maintaining) an ISP business. As a result, some smaller ISPs may have neither the need nor the desire to attract and retain additional skilled personnel.⁵

While Table 3 showed the ISPs' self-assessment of their ability to compete, ISPs were also asked about how they intend to compete in the future, and how much their company was emphasizing some specific issues in planning for the future. The results are shown in Table 4.

Table 4. Proportion of ISPs that, in planning for the future, expect to place high emphasis on various issues

	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					Question :
	Micro	Small	Medium	Large	All ISPs	
	Micro-entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises	Tous les FSI	
	%					
Skill levels of employees	38	55	76	81	61	Niveau des compétences des employés
Data transaction and security	51	58	66	63	59	Sécurité des données et des transactions
Protection of personal information	49	52	64	55	55	Protection des renseignements personnels
Training of employees	31	47	66	77	53	Formation des employés
Ability to retain qualified personnel	24	36	71	72	47	Aptitude à conserver du personnel qualifié
On-line privacy and security	38	46	51	42	45	Protection de la vie privée et sécurité en ligne
Access to low-cost financial capital	46	44	43	36	43	Accès à du capital à moindre coût
Ability to attract qualified personnel	18	30	56	50	37	Aptitude à attirer du personnel qualifié
Ability to conduct R & D	29	25	52	33	34	Aptitude à se livrer à des activités de R & D
Expanding into new geographic markets	26	25	36	58	32	Expansion sur de nouveaux marchés géographiques
Financial assistance from government	30	25	34	24	28	Aide financière du gouvernement
Innovative compensation packages for staff	20	14	40	41	26	Rémunération novatrice pour le personnel
Cutting labour costs	9	21	26	35	22	Réduction des coûts de main-d'oeuvre

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 3. — Remarque : Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 3 figurant en annexe.

Pour ce qui est des ressources humaines, on constate des différences notables selon la taille des fournisseurs. Seulement 24 % des FSI les plus petits ont le sentiment que leur aptitude à attirer du personnel qualifié est élevée. Par contre, 69 % des FSI les plus grands se sont donné des notes élevées dans ce domaine. La distribution était très similaire quand on a demandé aux FSI d'évaluer leur aptitude à conserver du personnel qualifié. Plus les FSI sont de petites tailles, moins ils sont convaincus de pouvoir conserver du personnel qualifié. Ceci est peut-être dû, en partie, à la nature des FSI (c'est-à-dire, à la relative facilité avec laquelle on peut créer et exploiter un FSI). Par conséquent, certains des plus petits FSI n'ont peut-être ni le besoin, ni le désir d'attirer et de conserver du personnel qualifié supplémentaire⁵.

Le Tableau 3 indique comment les FSI évaluent leur aptitude à soutenir la concurrence. On leur a aussi demandé de quelle façon ils avaient l'intention de soutenir cette concurrence à l'avenir et dans quelle mesure leur entreprise mettait l'accent sur des questions spécifiques pour la planification de l'avenir. Les résultats sont indiqués dans le Tableau 4.

Tableau 4. Proportion des FSI qui s'attendent à accorder une attention soutenue à différentes questions à l'avenir

As evidenced by the fact that about one-third of micro-sized ISPs reported these personnel-related questions were "not applicable" (see Appendix table 2).

⁵ Comme l'indique le fait qu'environ un tiers des micro-FSI ont indiqué que les questions liées au personnel «ne s'appliquaient pas» (voir le Tableau 2 figurant en annexe).

In planning for the future, ISPs expect to place especially high emphasis on the skill levels of their employees. 61% of ISPs perceive this to be a high priority - indeed, at least three-quarters of medium- and large-sized ISPs feel this way. To improve the skills of their workforce, many ISPs intend to place high emphasis on training their employees. Again, there is a strong link between size of ISP and training intentions, with larger ISPs placing the highest emphasis on training. This could be due to their larger workforces and the higher likelihood that large firms have corporate policies supportive of employee training.

In addition to these workforce issues, there are other factors that ISPs expect to focus on. 59% of ISPs plan to put high emphasis on data and transaction security. Another area that is expected to receive high emphasis is the protection of personal information.

Customer Preferences

Providers were asked to rate the importance to their customers of various services. Table 5 shows what matters to customers, as perceived by ISPs. ISPs reported that what matters most to their customers is the availability of customer support (87% reported this to be of high importance to customers), and the absence of busy signals (85%), and dropped lines (80%). There were no obvious patterns, by firm size, for these three customer preference categories.

Table 5. Proportion of ISPs perceiving that their customers attach high importance to various types of services

	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					
	Micro Micro- entreprises	Small Petites entreprises	Medium Moyennes entreprises	Large Grandes entreprises	All ISPs Tous les FSI	
	%					
Type of service:						Type de services :
Customer support	80	85	94	91	87	Soutien à la clientèle
No busy signals	78	86	89	83	85	Absence de tonalité d'occupation
No dropped lines	71	85	83	77	80	Absence de lignes abandonnées
Protection of personal information	63	49	58	66	56	Protection des renseignements personnels
On-line privacy and security	48	29	39	46	38	Protection de la vie privée et sécurité en ligne
Value-added services	33	29	53	34	37	Services à valeur ajoutée
Data and transaction security	35	26	44	40	34	Sécurité des données et des transactions
Quality of on-line content	31	25	40	31	31	Qualité du contenu en ligne
Screening for offensive materials	21	12	16	14	15	Filtrage des documents offensants

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 4. — **Remarque :** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 4 figurant en annexe.

Quand ils planifient l'avenir, les FSI s'attendent à mettre particulièrement l'accent sur le niveau des compétences de leurs employés. Pour 61 % des fournisseurs, il s'agit d'une priorité très élevée. En fait, ceci est vrai pour au moins les trois quarts des FSI de taille moyenne et de grande taille. Pour améliorer les compétences de leur main-d'œuvre, nombre de FSI ont l'intention de mettre particulièrement l'accent sur la formation. Une fois encore, il y a une relation très étroite entre la taille des FSI et leurs intentions en matière de formation. Les FSI les plus grands sont ceux pour qui la formation est la plus importante, phénomène qui s'explique peut-être par le fait que leur personnel est plus nombreux. Il est aussi plus probable que les grandes entreprises aient des politiques générales à l'appui de la formation des employés.

Outre ces questions de main-d'œuvre, il y a d'autres facteurs sur lesquels les FSI s'attendent à mettre l'accent. 59 % des fournisseurs prévoient de s'attacher tout particulièrement à la sécurité des données et des transactions. La protection des renseignements personnels est un autre domaine qui devrait faire l'objet d'une attention soutenue.

Les préférences des clients

On a demandé aux fournisseurs d'évaluer l'importance de différents services pour leurs clients. Le Tableau 5 indique les points importants pour les clients, tels que les perçoivent les FSI. Selon les FSI, le soutien à la clientèle est ce qui importe le plus pour leurs clients (87 % ont indiqué qu'il s'agissait d'un point essentiel pour les clients), suivi par l'absence d'une tonalité d'occupation (85 %) et de lignes abandonnées (80 %). Il n'y a pas de tendance évidente, selon la taille des entreprises, pour ces trois catégories faisant l'objet de la préférence des clients.

Tableau 5. Proportion des FSI percevant que leurs clients attachent une grande importance à différents types de services

seems that ISPs perceive that service performance is more important to their customers than issues related to protection of personal information, on-line privacy and security, and data and transaction security. Nevertheless, over half (56%) of ISPs perceived that the protection of personal information is of high importance to customers. Lower still were on-line privacy and security (38%) and data and transaction security (34%). This result could be due to the fact that the ISPs view encryption, rather than the ISPs themselves, as the main source of security. It would be interesting to directly ask customers these same questions to see if, in fact, their actual preferences resemble those that the ISPs perceive they have.

Despite these results, ISPs appear to expect that the issues of protection and security will become more important to their customers. As more and more customers dabble in e-commerce, data transaction and security might rank higher than in the current survey snapshot. In planning for the future, ISPs are placing high emphasis on privacy and security issues. Over half (59% and 55% respectively) of ISPs are emphasizing data and transaction security and protection of personal information to a high degree, while 59% are emphasizing on-line privacy and security (Table 4). If they are to compete for a larger market share in the future, especially the segment of the market interested in using e-commerce services, ISPs will have to address the many privacy and security obstacles, both real and perceived.

Offensive Conduct and Illegal Content

While illegal content on the Internet (e.g., pornography, obscenity, hate material, copyright infringement) gets much attention,⁵ there do not appear to be many complaints made about this to the ISPs. Two-thirds of ISPs indicated they had not receive customer complaints about illegal content. There was some variation according to the size of the ISP. Only 19% of the smallest providers reported receiving such complaints while 67% of the largest ISPs got complaints of this nature. Perhaps this disparity arises because customers perceive that larger ISPs are better able to deal with illegal content than are other ISPs.

Of greater concern to customers, based on complaints to ISPs, is offensive or illegal conduct such as bulk unsolicited mail (known as "spam"), hacking or harassment. Almost 50% of the ISPs reported receiving complaints about such conduct, more than twice the proportion of ISPs (31%)

Il semble bien que, selon les FSI, le rendement du service est plus important pour leurs clients que les questions concernant la protection des renseignements personnels, la protection de la vie privée et la sécurité en ligne ainsi que la sécurité des données et des transactions. Néanmoins, selon plus de la moitié (56 %) des FSI, la protection des renseignements personnels est essentielle pour les clients. La protection de la vie privée et la sécurité en ligne (38 %) ainsi que la sécurité des données et des transactions (34 %) arrivent plus loin derrière. Ce résultat pourrait être dû au fait que les FSI voient le chiffrement, plutôt que les FSI eux-mêmes, comme la plus grande source de sécurité. Il serait intéressant de poser les mêmes questions directement aux clients pour voir si, en fait, leurs préférences réelles correspondent aux perceptions des FSI.

Malgré ces résultats, les FSI semblent s'attendre à ce que les questions de protection et de sécurité deviennent plus importantes pour leurs clients. À mesure qu'un nombre croissant de clients se lancent dans le commerce électronique, la sécurité des transactions et des données pourraient prendre une importance plus grande que dans le survol de l'enquête actuelle. Quand ils planifient l'avenir, les FSI accordent une attention particulière aux questions de protection de la vie privée et de sécurité. Plus de la moitié (59 % et 55 % respectivement) des FSI mettent particulièrement l'accent sur la sécurité des données et des transactions ainsi que sur la protection des renseignements personnels alors que 45 % soulignent la protection de la vie privée et la sécurité en ligne (Tableau 4). S'ils veulent obtenir une plus grande part de marché à l'avenir, surtout dans le segment du marché qui s'intéresse aux services de commerce électronique, les FSI devront aborder les nombreux obstacles à la protection de la vie privée et à la sécurité, qu'ils soient réels ou perçus.

Conduite offensante et contenu illégal

Alors qu'on accorde beaucoup d'attention au contenu illégal sur Internet (pornographie, obscénité, documents haineux, violation de droits d'auteur)⁶, il ne semble pas y avoir beaucoup de plaintes à ce sujet auprès des FSI. Les deux tiers des FSI ont indiqué qu'ils ne recevaient pas de plaintes de clients à propos de contenu illégal. Il y a toutefois des écarts selon la taille des FSI. Seulement 19 % des fournisseurs les plus petits ont indiqué qu'ils recevaient des plaintes à ce sujet contre 67 % des FSI les plus grands. Cette disparité est peut-être due au fait que les clients pensent que les FSI les plus grands sont mieux en mesure de traiter le contenu illégal que les autres FSI.

D'après les plaintes que reçoivent les FSI, les clients se préoccupent bien plus de la conduite offensante ou illégale, comme les multipostages abusifs, le piratage et le harcèlement. Presque 70 % des FSI ont indiqué avoir reçu des plaintes à ce sujet, soit plus de deux fois la proportion des FSI (31 %) qui ont

⁵ "Hate-filled E-mails on the rise, report says", *Toronto Star*, March 25, 1999, page A24. "ISPs held responsible for control of content: Legal liability: The peril is they may remove messages that are legal", *Financial Post*, February 26, 1999, page C8.

⁶ «Hate-filled E-mails on the rise, report says», *Toronto Star*, 25 mars 1999, page A24. «SPs held responsible for control of content: Legal liability: The peril is they may remove messages that are legal», *Financial Post*, 26 février 1999, page C8.

getting complaints about illegal content. Again, it appeared that customers were more likely to complain to the larger providers. While 47% of the smallest ISPs received complaints about inappropriate conduct, this rose to 90% for the largest ISPs.

How do ISPs deal with offensive conduct and illegal content? The most common responses were contracts forbidding inappropriate behaviour (a practice reported by 97% of the ISPs), discontinuing subscriptions (57%), and removing material from the server (41%). Other approaches (reported by more than one third of ISPs) included: consumer education and awareness (43%), making blocking or filtering software available to customers (38%), and consulting with law enforcement officials (36%). Only 12% of the ISPs reported having no practices that deal with offensive conduct or illegal content.

Future Outlook and Challenges

The *Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997* was a first attempt to measure this new industry in Canada. When the survey is repeated, the 1997 results will provide a baseline from which to measure growth rates and changes. As a result, these indicators should also assist the federal government in measuring progress towards its policy goal of making Canada the most connected nation in the world.

Statistics Canada's Household Internet Use Survey offers valuable information about household use of the Internet and electronic commerce. The Survey of Internet Service Providers, meanwhile, complements these demand-oriented statistics with supply-side information. It provides indicators of the ISP industry's ability to compete in the market place and valuable information on the health of the industry. It also provides indicators of the public's comfort level with privacy/security issues and the industry's response to these matters.

One challenge complicating the monitoring process is the volatility and fast rate of change in this industry. For the *Survey of Internet Service Providers and Computer Services, 1997*, firms were contacted in the eight weeks prior to the mail out of the survey forms. Despite the very short time period, 6% of the initially contacted ISPs were either out of business or no longer ISPs by the time that the data collection had started just weeks later. Such rapid turnover of ISPs compounds the problem of estimating the ISP population and will be a continuing challenge in trying to measure this industry.

reçu des plaintes pour contenu illégal. Une fois encore, il semble bien que les clients soient plus susceptibles de se plaindre auprès des fournisseurs les plus gros. Alors que 47 % des FSI les plus petits ont reçu des plaintes pour conduite déplacée, cette proportion est de 90 % pour les FSI les plus grands.

Comment les FSI font-ils face à la conduite offensante et au contenu illégal? Les réactions les plus courantes sont les suivantes : contrats interdisant les comportements déplacés (une pratique rapportée par 97 % des FSI), arrêt de l'abonnement (57 %) et retrait du matériel du serveur (41 %). D'autres approches (dont font mention plus du tiers des FSI) sont les suivantes : information et sensibilisation des consommateurs (43 %), mise à la disposition des consommateurs de logiciels de blocage ou de filtrage (38 %) et consultation avec des responsables de l'application de la loi (36 %). Seulement 12 % des FSI ont indiqué qu'ils n'avaient aucune pratique pour faire face à une conduite offensante ou à un contenu illégal.

Perspectives d'avenir et enjeux

L'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques* est la première tentative visant à évaluer ce nouveau secteur au Canada. Lorsque l'enquête aura de nouveau lieu, les résultats de 1997 fourniront des données de base à partir desquelles on mesurera les taux de croissance et les changements. Ainsi, ces résultats devraient aussi aider le gouvernement fédéral à mesurer les progrès vers son objectif politique qui consiste à faire du Canada le pays le plus connecté du monde.

L'enquête de Statistique Canada sur l'utilisation d'Internet à la maison offre de précieuses données sur l'utilisation d'Internet et du commerce électronique à la maison. Ces statistiques orientées vers la demande se voient enrichies par l'Enquête sur les fournisseurs de services Internet, orienté plutôt vers l'offre. Elle fournit des indicateurs sur l'aptitude des FSI à soutenir la concurrence sur le marché ainsi que de précieuses données sur la santé de l'industrie. Elle donne aussi des indicateurs sur la façon dont la population se sent face aux questions de protection de la vie privée et de sécurité, et sur la réaction du secteur à ces questions.

La volatilité et la rapidité du changement dans ce secteur constituent un enjeu qui complique le processus de suivi. Pour l'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques*, on a contacté les entreprises dans les huit semaines précédant l'envoi des questionnaires. Malgré ce délai très court, 6 % des FSI avec lesquels on avait communiqué n'exerçaient plus leurs activités ou n'offraient plus de services Internet au moment où la collecte des données avait commencé, quelques semaines plus tard. Un roulement si rapide des FSI complique la tâche quand il s'agit d'évaluer le nombre de FSI et sera toujours un enjeu quand il s'agira d'évaluer ce secteur.

Annexe Tableau 1.

Proportion des FSI évaluant différents facteurs comme représentant des obstacles mineurs, modérés ou majeurs à la croissance

Source: Statistics Canada, 2006. **Source :** Statistique Canada, 2006.

Appendix Table 2.

Proportion of ISPs perceiving their ability to compete is low, medium or high, by various aspects of competitiveness

Annexe Tableau 2.

Proportion des FSI percevant leur aptitude à soutenir la concurrence dans différents domaines comme étant basse, moyenne ou élevée

Competitiveness aspect and rating	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					Domaine de concurrence et évaluation
	Micro-entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises	Tous les FSI	
Ability to compete on:	%					Aptitude à soutenir la concurrence dans les domaines suivants :
Quality of product and services						Qualité des produits et services
High	67	74	81	90	77	Majeur
Medium	11	16	13	6	13	Modéré
Low	11	6	6	3	7	Mineur
Not applicable	11	4	0	0	4	Ne s'applique pas
Customer service						Services à la clientèle
High	53	73	85	78	73	Majeur
Medium	27	16	8	9	15	Modéré
Low	11	8	6	9	8	Mineur
Not applicable	9	3	0	3	3	Ne s'applique pas
Skill levels of employees						Niveau des compétences des employés
High	54	66	75	71	67	Majeur
Medium	13	21	23	29	21	Modéré
Low	9	8	2	0	5	Mineur
Not applicable	24	6	0	0	7	Ne s'applique pas
Price of products and services						Prix des produits et services
High	59	59	50	65	57	Majeur
Medium	17	25	34	29	26	Modéré
Low	13	14	15	6	13	Mineur
Not applicable	11	2	2	0	3	Ne s'applique pas
Retaining qualified personnel						Conserver du personnel qualifié
High	31	43	69	75	52	Majeur
Medium	9	31	27	19	24	Modéré
Low	24	12	3	6	11	Mineur
Not applicable	36	14	0	0	13	Ne s'applique pas
Attracting qualified personnel						Conserver du personnel qualifié
High	24	38	55	69	44	Majeur
Medium	16	31	31	22	27	Modéré
Low	27	17	13	9	17	Mineur
Not applicable	33	13	2	0	12	Ne s'applique pas
Costs of production						Coûts de production
High	39	43	44	41	42	Majeur
Medium	25	30	37	41	32	Modéré
Low	23	19	18	9	18	Mineur
Not applicable	14	8	2	9	7	Ne s'applique pas
Labour relations						Relations de travail
High	24	39	53	55	42	Majeur
Medium	7	22	29	23	21	Modéré
Low	17	12	6	10	11	Mineur
Not applicable	52	27	11	13	26	Ne s'applique pas
Frequency of introducing new products/services						Fréquence de lancement de nouveaux produits et services
High	28	35	40	45	36	Majeur
Medium	30	39	35	32	36	Modéré
Low	26	22	21	23	23	Mineur
Not applicable	15	4	3	0	5	Ne s'applique pas
Research & development						Recherche et développement
High	31	30	39	32	33	Majeur
Medium	18	20	24	26	21	Modéré
Low	24	32	29	32	30	Mineur
Not applicable	27	18	8	10	16	Ne s'applique pas

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — Remarque : Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne correspond peut-être pas à 100 %.

Appendix Table 3.

Proportion of ISPs that, in planning for the future, expect to place low, medium and high emphasis on various issues

Annexe Tableau 3.

Proportion des FSI qui s'attendent à accorder une attention faible, modérée ou soutenue à différents points pour ce qui est de la planification de l'avenir

Planning issue and rating	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					Point planifié et évaluation
	Micro Micro- entreprises	Small Petites entreprises	Medium Moyennes entreprises	Large Grandes entreprises	All ISPs Tous les FSI	
Levels of employees			%			Niveaux des compétence des employés
High	38	55	76	81	61	Majeur
Medium	9	17	19	19	17	Modéré
Low	16	15	3	0	10	Mineur
Not applicable	38	13	2	0	13	Ne s'applique pas
Data transaction and security						Sécurité des données et des transactions
High	51	58	66	63	59	Majeur
Medium	11	17	20	22	17	Modéré
Low	20	16	15	16	16	Mineur
Not applicable	18	10	0	0	8	Ne s'applique pas
Protection of personal information						Protection des renseignements personnels
High	49	52	64	55	55	Majeur
Medium	18	21	16	21	19	Modéré
Low	16	19	18	21	18	Mineur
Not applicable	18	9	2	3	8	Ne s'applique pas
Training of employees						Formation des employés
High	31	47	66	77	53	Majeur
Medium	13	22	24	13	20	Modéré
Low	16	18	8	10	14	Mineur
Not applicable	40	13	2	0	13	Ne s'applique pas
Ability to retain qualified personnel						Aptitude à conserver du personnel qualifié
High	24	36	71	72	47	Majeur
Medium	11	31	15	25	22	Modéré
Low	20	17	11	3	14	Mineur
Not applicable	44	16	3	0	16	Ne s'applique pas
Online privacy and security						Protection de la vie privée et sécurité en ligne
High	38	46	51	42	45	Majeur
Medium	24	23	23	30	24	Modéré
Low	20	23	23	24	23	Mineur
Not applicable	18	9	3	3	8	Ne s'applique pas
Access to low-cost financial capital						Accès à du capital à moindre coût
High	46	44	43	36	43	Majeur
Medium	13	20	23	27	20	Modéré
Low	22	25	28	24	25	Mineur
Not applicable	20	12	7	12	12	Ne s'applique pas
Ability to attract qualified personnel						Aptitude à attirer du personnel qualifié
High	18	30	56	50	37	Majeur
Medium	9	31	26	41	27	Modéré
Low	29	23	16	9	21	Mineur
Not applicable	44	16	2	0	16	Ne s'applique pas
Ability to conduct R & D						Aptitude à se livrer à des activités de R&D
High	29	25	52	33	34	Majeur
Medium	11	25	21	30	22	Modéré
Low	36	33	21	33	31	Mineur
Not applicable	24	16	5	3	13	Ne s'applique pas
Expanding into new geographic markets						Expansion sur de nouveaux marchés géogr.
High	26	25	36	58	32	Majeur
Medium	15	23	15	19	19	Modéré
Low	33	39	44	19	37	Mineur
Not applicable	26	13	5	3	12	Ne s'applique pas
Financial assistance from government						Aide financière du gouvernement
High	30	25	34	24	28	Majeur
Medium	9	16	13	12	13	Modéré
Low	35	40	43	48	41	Mineur
Not applicable	26	19	10	15	18	Ne s'applique pas
Innovative compensation packages for staff						Rémunération novatrice pour le personnel
High	20	14	40	41	26	Majeur
Medium	2	22	27	34	21	Modéré
Low	32	40	24	22	32	Mineur
Not applicable	45	23	8	3	21	Ne s'applique pas
Reducing labour costs						Réduction des coûts de main-d'oeuvre
High	9	21	26	35	22	Majeur
Medium	13	29	23	35	25	Modéré
Low	31	34	47	19	35	Mineur
Not applicable	47	16	5	10	18	Ne s'applique pas

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — Remarque : Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne répond peut-être pas à 100 %.

Appendix Table 4.

Proportion of ISPs perceiving that their customers attach low, medium or high importance to various types of services

Annexe Tableau 4.

Proportion des FSI percevant leur que leurs clients attachent une importance faible, moyenne ou grande à différents types de services

Service type & rating	ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI					Type de services et évaluation
	Micro	Small	Medium	Large	All ISPs	
	Micro-entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises	Tous les FSI	
	%					
Customer support						Soutien à la clientèle
High	80	85	94	91	87	Majeur
Medium	6	13	6	9	10	Modéré
Low	10	2	0	0	3	Mineur
Not applicable	4	0	0	0	1	Ne s'applique pas
No busy signals						Absence de tonalité d'occupation
High	78	86	89	83	85	Majeur
Medium	10	11	3	6	8	Modéré
Low	0	2	2	3	2	Mineur
Not applicable	12	1	6	9	6	Ne s'applique pas
No dropped lines						Absence de lignes abandonnées
High	71	85	83	77	80	Majeur
Medium	8	12	8	14	11	Modéré
Low	4	2	6	0	3	Mineur
Not applicable	17	1	3	9	6	Ne s'applique pas
Protection of personal information						Protection des renseignements personnels
High	63	49	58	66	56	Majeur
Medium	21	28	16	14	22	Modéré
Low	13	20	24	14	19	Mineur
Not applicable	4	3	2	6	3	Ne s'applique pas
On-line privacy and security						Protection de la vie privée et sécurité en ligne
High	48	29	39	46	38	Majeur
Medium	23	42	37	34	36	Modéré
Low	19	26	24	20	23	Mineur
Not applicable	10	3	0	0	3	Ne s'applique pas
Value-added services						Services à valeur ajoutée
High	33	29	53	34	37	Majeur
Medium	19	42	31	54	36	Modéré
Low	29	21	11	11	19	Mineur
Not applicable	19	8	5	0	8	Ne s'applique pas
Data and transaction security						Sécurité des données et des transactions
High	35	26	44	40	34	Majeur
Medium	21	37	36	40	34	Modéré
Low	29	31	20	20	26	Mineur
Not applicable	15	6	0	0	5	Ne s'applique pas
Quality of on-line content						Qualité du contenu en ligne
High	31	25	40	31	31	Majeur
Medium	20	42	27	37	33	Modéré
Low	31	23	27	23	25	Mineur
Not applicable	18	11	5	9	10	Ne s'applique pas
Screening for offensive materials						Filtrage des documents offensants
High	21	12	16	14	15	Majeur
Medium	13	30	21	34	25	Modéré
Low	49	49	53	43	49	Mineur
Not applicable	17	10	10	9	11	Ne s'applique pas

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — **Remarque :** Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne correspond peut-être pas à 100 %.

A Glance at the new North American Industrial Classification System

Don Little
Service Industries Division
Telephone: (613) 951-6739
Fax: (613) 951-6696
Email: littdon@statcan.ca

The North American Industrial Classification System (NAICS) is being adopted by Statistics Canada to replace the 1980 Standard Industrial Classification (SIC) system used during the past two decades.¹ The impetus behind NAICS was the North American Free Trade Agreement (NAFTA) and the resultant need for the three signatories (Canada, the United States and Mexico) to have a statistical framework enabling industrial statistics to be collected, analyzed and disseminated in a consistent manner by all three countries on an industry-by-industry basis.²

The NAICS strives to encompass all economic activities, and has a hierarchical structure composed of sectors, subsectors, industry groups and industries. The numbering system is a six-digit code, where a two-digit code usually defines a NAICS sector.³ Three digits are used for subsectors, four digits for industry groups, and five digits for specific industries. Six digit codes are reserved for national industries, specific to each country. For Canada the five- and six-digit codes are usually identical except that the six-digit code will have a trailing zero as its sixth digit (which indicates no further breakdown for a national industry).

In Canada, at the highest level, the NAICS includes twenty sectors, within which there are ultimately 921 industry classifications. For Canada the NAICS represents a significant improvement over the 1980 SIC system, which offered classification categories for 860 industries in eighteen sectors.

¹ The first Canadian SIC system was developed in 1948. Subsequent improvements led to SIC revisions in 1960, 1970 and 1980.

² The NAICS was jointly developed by Statistics Canada, the United States Office of Management and Budget and Mexico's Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. The NAICS comes into effect for reference year 1997 in both Canada and the U.S., and in 1998 for Mexico.

³ However, a set of 2-digit numbers was needed to define Manufacturing (31-33), Retail Trade (44-45) and Transportation and Warehousing (48-49).

Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord

Don Little
Division des industries de service
Téléphone : (613) 951-6739
Télécopieur : (613) 951-6696
Courrier électronique : littdon@statcan.ca

Statistique Canada est en train d'adopter le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) pour remplacer la Classification type des industries (CTI) de 1980 utilisée au cours des deux dernières décennies¹. L'élaboration du SCIAN a été motivée par la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et par la nécessité subséquente pour les trois pays signataires (Canada, États-Unis et Mexique) d'établir un cadre statistique permettant de recueillir, d'analyser et de diffuser des statistiques industrielles comparables par branche d'activité².

Le SCIAN est conçu pour couvrir, dans la mesure du possible, toutes les activités économiques et possède une structure hiérarchique comprenant des secteurs, des sous-secteurs, des groupes et des classes. Le système de numérotation est un système à six chiffres, où un code à deux chiffres définit ordinairement un secteur du SCIAN³. Un code à trois chiffres est utilisé pour les sous-secteurs, un code à quatre chiffres pour les groupes et un code à cinq chiffres pour les classes. Les codes à six chiffres sont réservés aux classes nationales particulières à chaque pays. Pour le Canada, les codes à cinq et à six chiffres sont ordinairement identiques, excepté le fait que le code à six chiffres contient un zéro à droite à titre de sixième chiffre (ce qui indique que la ventilation n'est pas poussée plus loin pour une classe nationale).

Au niveau d'agrégation le plus élevé, le SCIAN Canada comprend vingt secteurs qui englobent, en bout de ligne, 921 classes. Le SCIAN Canada représente donc une amélioration importante par rapport à la CTI de 1980, qui comptait 860 industries regroupées en dix-huit secteurs.

¹ Le premier système de la CTI a été mis au point au Canada en 1948. Des améliorations subséquentes ont mené à des révisions de la CTI en 1960, 1970 et 1980.

² Le SCIAN a été élaboré collectivement par Statistique Canada, le *United States Office of Management and Budget* et l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática* du Mexique. La mise en application du SCIAN a eu lieu en 1997 au Canada et aux États-Unis et en 1998 au Mexique.

³ Cependant, on a dû recourir à un ensemble de codes à 2 chiffres pour définir la fabrication (31-33), le commerce de détail (44-45) et le transport et l'entreposage (48-49).

The NAICS uses a supply-based, or production-oriented, conceptual framework. It employs the principle that producing units that use similar production processes should be grouped together to ensure that the three countries' statistical agencies can produce comparable information on inputs and outputs, industrial performance, employment and other indicators. NAICS is largely a classification for *establishments*, with establishment defined as the most homogenous unit of production for which the business maintains accounting records that are detailed enough to yield business statistics. The producing unit makes up the lowest level of a business' operating structure. For example, a producing unit could be a farm, warehouse, store or a movie theatre. Each establishment is classified to the industry corresponding to its primary activity - the activity in which the establishment's value-added is highest.

Meanwhile, financial statistics are compiled for *enterprises*, which for most small and medium-sized businesses, are identical to establishments. Large and complex enterprises usually comprise more than one establishment, which can belong to different NAICS industries. Enterprises are assigned to the industry of the establishment or group of establishments that account for the largest proportion of the value-added of the enterprise. As a result, the higher levels of NAICS better represent the activities of enterprises than do the industry levels of NAICS.

NAICS Canada is substantially different from the 1980 SIC. Of the lowest level NAICS industry classes, only 220 remain the same as they were under the 1980 SIC. Although some 1980 SIC classes were simply split or combined under NAICS, in other cases particular activities from 1980 SIC industries were removed or recombined into new NAICS industry categories. For example, repair services were a component of several different 1980 SIC industries. For NAICS, all of these repair services were instead allocated to one new industry called Repair and Maintenance.

Many benefits will arise from the adoption of NAICS. The NAICS better reflects our modern-day economy than does the 1980 SIC system. NAICS categories were created for new and emerging industries and, in particular, reflect growth and diversification in the service industries, along with the technological advances that have occurred in recent decades. Whereas five of the twenty broad NAICS sectors are largely goods-producing, fifteen are entirely services-producing industries.

A new sector category under NAICS is Information and Cultural Industries which includes industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming

Le SCIAN s'appuie sur un cadre conceptuel axé sur l'offre, c'est-à-dire la production. Il se fonde sur le principe voulant que les unités de production qui recourent à des procédés de fabrication similaires soient regroupées, de sorte que les bureaux de la statistique des trois pays puissent produire des renseignements comparables sur les entrées et sur les sorties, le rendement industriel, l'emploi et d'autres indicateurs. Le SCIAN est, en grande partie, une classification des *établissements*, où l'établissement est défini comme étant l'unité de production la plus homogène pour laquelle l'entreprise tient à jour des livres comptables suffisamment détaillés pour produire des statistiques commerciales. L'unité de production représente au niveau le plus bas de la structure d'exploitation d'une entreprise. Par exemple, une unité de production pourrait être une entreprise agricole, un entrepôt, un magasin ou une salle de cinéma. Chaque établissement est rangé dans la classe qui correspond à son activité principale, c'est-à-dire l'activité pour laquelle la valeur ajoutée de l'établissement est la plus élevée.

Parallèlement, on recueille des statistiques financières sur les *entreprises*, qui, pour la plupart des petites et moyennes entreprises, coïncident avec les établissements. Les grandes entreprises complexes comprennent ordinairement plusieurs établissements, qui peuvent appartenir à diverses classes du SCIAN. Les entreprises sont rangées dans la classe attribuée à l'établissement ou au groupe d'établissements qui représente la proportion plus élevée de la valeur ajoutée de l'entreprise. Par conséquent, les niveaux d'agrégation les plus élevés du SCIAN représentent mieux les activités de l'entreprise que ceux de la classe ou du groupe.

Le SCIAN Canada diffère considérablement de la CTI de 1980. Parmi les classes du SCIAN, qui représentent le niveau d'agrégation le plus bas, 220 seulement correspondent à des catégories de la CTI de 1980. Dans certains cas, les catégories de la CTI de 1980 ont simplement été subdivisées ou regroupées dans le SCIAN, mais dans d'autres, des activités particulières des industries de la CTI de 1980 ont été éliminées ou regroupées pour former de nouvelles classes du SCIAN. Par exemple, les services de réparation étaient une composante de plusieurs industries de la CTI de 1980. En revanche, dans le SCIAN, tous ces services de réparation sont regroupés en une nouvelle classe appelée « réparation et entretien ».

L'adoption du SCIAN offrira de nombreux avantages. Le SCIAN reflète mieux l'économie contemporaine que la CTI de 1980. Il comprend de nouvelles catégories réservées aux industries nouvelles ou naissantes et témoigne tout spécialement de la croissance et de la diversification du secteur des services, ainsi que des progrès technologiques survenus ces dernières décennies. Bien que cinq des vingt grands secteurs du SCIAN soient principalement des secteurs producteurs de biens, quinze d'entre eux sont entièrement des secteurs producteurs de services.

Le SCIAN compte un nouveau secteur, celui de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle, qui regroupe les branches d'activité qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que celles dont l'activité principale consiste à

formation into a commodity that is produced and distributed. Examples of industries in this newly defined sector are telecommunications, broadcasting, information and data processing, publishing, libraries, and motion picture and sound recording.

The new Professional, Scientific and Technical Services category will offer coverage of establishments engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider. For example, among the thirty-five industries included in this sector are legal services, interior design services, accounting services, and advertising services.

The NAICS also brings other noteworthy categorization improvements for the service sector. The Arts, Entertainment and Recreation Services sector has vastly expanded coverage for each of the three industries. Also added is enhanced coverage of the Health Care and Social Assistance sector.

It is anticipated that all of Statistics Canada's by-industry data will be published on a NAICS basis by 2002. The Household Surveys Division has already switched to NAICS for the release of data from the Labour Force Survey. As a result, for the first time, the current issue of *Services Indicators* carries tables with NAICS-based employment data. The Industrial Organization and Finance Division, which compiles financial statement information on an industry-by-industry basis, expects to provide NAICS-based financial data in time for the next edition of this publication. For more information on planned Statistics Canada releases for NAICS-based data, please visit Statistics Canada's web site at the following address: <http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/implem.htm>.

Services Indicators' readers will benefit from fuller coverage of the services industries. Not only is coverage more detailed for most of the broad industries traditionally covered by this publication, there is also coverage for some services industries that were previously excluded. For example, broad employment are now offered for the following service industries: Rental and Leasing Services (NAICS category 53); Management of Companies and Enterprises (55); Administrative, Support, Waste Management and Remediation Services (56); Education Services (61); Health Care and Social Assistance (62); and Repair, Maintenance and Other Personal Services (81).

For now, data by industry for remuneration and gross domestic product will continue to be presented in *Services Indicators* on an SIC-basis until the NAICS-based data are available. It is expected that, within one year, gross domestic

transformer l'information en biens qui sont produits et distribués. Les branches des télécommunications, de la radiodiffusion, de l'information et du traitement des données, de l'édition, des bibliothèques, ainsi que du film et de l'enregistrement sonore en sont des exemples.

Le nouveau secteur des services professionnels, scientifiques et techniques couvrira les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de services. Par exemple, parmi les trente-cinq classes qui forment ce secteur, on compte les services juridiques, les services de design d'intérieur, les services de comptabilité et les services de publicité.

Le SCIAN présente aussi des améliorations remarquables de la classification dans le cas du secteur des services. Ainsi, le secteur des arts, des spectacles et des loisirs offre un champ d'observation nettement plus étendu pour chacune des trois branches d'activité visées. La couverture du secteur des soins de santé et de l'assistance sociale a, elle aussi, été améliorée.

En principe, toutes les données par branche d'activité que publie Statistique Canada se fonderont sur le SCIAN d'ici à l'an 2002. Les données de l'Enquête sur la population active diffusées par la Division des enquêtes-ménages se fondent déjà sur le SCIAN. Par conséquent, pour la première fois, le numéro courant d'*Indicateurs des services* renferme des tableaux contenant des données sur l'emploi fondées sur le SCIAN. La Division de l'organisation et des finances de l'industrie, qui produit des données financières par branche d'activité, compte produire les données financières fondées sur le SCIAN à temps pour le prochain numéro de cette publication. Pour plus de renseignements sur les dates auxquelles Statistique Canada prévoit diffuser des données fondées sur le SCIAN, consulter le site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante : http://www.statcan.ca/français/Subjects/Standard/implem_f.htm.

Les lecteurs de la publication *Indicateurs des services* bénéficieront d'une meilleure couverture du secteur des services. La publication contient maintenant non seulement des renseignements plus détaillés sur les grandes branches d'activité habituelles, mais aussi des données sur certaines branches des services non couvertes auparavant. Par exemple, on fournit maintenant des données sur l'emploi d'ordre général pour les branches de services suivantes : services immobiliers et services de location et de location à bail (secteur 53 du SCIAN); gestion de sociétés et d'entreprises (55); services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (56); services d'enseignement (61); soins de santé et assistance sociale (62); réparations, entretien et autres services personnels (81).

On continuera de présenter les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut par branche d'activité qui figurent dans *Indicateurs des services* en fonction de la CTI jusqu'à ce que les données fondées sur le SCIAN soient disponibles. En principe, d'ici

product data will be made available by the Industry Measures Analysis Division. After Labour Division makes the transition to NAICS in 2001, all of this publication's industry data will be presented according to NAICS industry codings.

For more detailed information on NAICS, please visit Statistics Canada's web site at the following address: <http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

un an, les données sur le produit intérieur brut seront fournies par la Division des mesures et de l'analyse des industries. Après l'adoption du SCIAN par la Division du travail en 2001, toutes les données industrielles de la présente publication seront présentées d'après les codes de classe du SCIAN.

Pour plus de renseignements sur le SCIAN, consulter le site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante : http://www.statcan.ca/français/Subjects/Standard/index_f.htm.

**Service Industry
Indicators**

**Indicateurs pour
les services**

NOW AVAILABLE

Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996

You can now get *the historical labour market information* needed to complete your research project, accomplish long-term company planning or successfully resolve contract escalation questions.

This product will help you...

Identify, retrieve and process essential information for over 200 industry groups available at national, provincial and territorial levels. Also included are total number of employees (including estimates of those paid by the hour); average weekly and hourly earnings; average weekly hours worked and payrolls data.

This indispensable reference source is presented in two easy-to-load, **user friendly electronic formats** that makes accessing the data you need easier than ever before. With Adobe Acrobat software, you can easily view or print your own paper copy, while the ASCII file format lets you import the data to your preferred spreadsheet.

PLUS, also included in this issue is the "**Help-Wanted Index, 1981- 1996**" supplement. This index gives you reliable information on changes in the demand for labour for Canada, provinces, territories, regions and metropolitan areas. In fact, it is the only indicator of labour demand compiled by Statistics Canada on a regular basis.

"*Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996*" **plus** the "Help-Wanted Index, 1981 - 1996", a goldmine of information at your fingertips.

Order today! Diskette (catalogue # 72F0002XDE) or Internet version (catalogue # 72F0002XIE) for only \$120 Cdn. + GST and applicable PST or HST. **Diskette version plus paper copy** (catalogue # 10-3000XKB) for \$150 Cdn. + GST and applicable PST or HST. Prices for clients outside Canada are in US dollars and should be paid in US funds.

PF # 4007

MAINTENANT DISPONIBLE

Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996

Vous pouvez maintenant obtenir de l'*information historique sur le marché du travail* qui vous permettra de compléter votre projet de recherche, faire de la planification à long terme pour votre entreprise ou résoudre efficacement les questions touchant les clauses d'indexation de contrats.

Ce produit vous aidera à...

Identifier, recueillir et transformer des renseignements indispensables pour plus de 200 groupes d'industries, tant sur les plans national, provincial et territorial. On y retrouve de l'information sur le nombre total de salariés et de salariés rémunérés à l'heure; la rémunération hebdomadaire et horaire; les heures hebdomadaires moyennes travaillées ainsi que la rémunération brute.

Cette ressource est un outil de travail important. Elle est présentée dans deux **formats facile à télécharger et à utiliser** rendant l'accès aux données plus facile que jamais. À l'aide du logiciel Adobe Acrobat, vous pouvez facilement visualiser ou imprimer votre propre publication. Les fichiers ASCII vous permettent d'importer les données dans un chiffrier de votre choix.

De plus, cette édition contient le supplément de «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**». Cet indice vous fournit des renseignements fiables permettant de suivre les changements sur la demande de main-d'oeuvre, au niveau du Canada, les provinces et territoires, les grandes régions provinciales et les régions métropolitaines. Il s'agit en fait du seul indicateur de la demande de main-d'oeuvre produit de façon régulière par Statistique Canada.

«*Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996*» **ainsi que** «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**», sont une mine d'or à la portée de la main.

Commandez dès aujourd'hui!

Diskette (72F0002XDF au catalogue) ou version **Internet** (72F0002XIF au catalogue) pour seulement 120 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Version **disquette et papier** (10-3000XKB au catalogue) pour 150 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Les prix pour les clients de l'extérieur du Canada sont en dollars américains et doivent être payés en dollars US.

PF # 4007

PHONE / COMPOSEZ:



1-(800)-263-1136
1-(613)-951-4090

INTERNET:



order@statcan.ca
labour@statcan.ca

FAX TO / TÉLÉCOPIEZ AU:



1-(613)-951-4087

MAIL TO / ENVOYEZ À:



Statistics Canada,
Labour Division du travail,
Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6



**Information and Cultural
Industries**

**Industrie de l'information
et industrie culturelle**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

A. Information and cultural industries

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This new Information and Cultural Industries category groups those industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming information into a commodity that is produced and distributed. Also included here are publishers, libraries, and the motion picture and sound recording industries.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Newspaper, Periodical, Book and Database Publishers (NAICS 5111):

E2831 Book Publishing Industry

E2839* Other Publishing Industries

A. Industrie de l'information et industrie culturelle

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le nouveau secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle regroupe les établissements qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que ceux dont l'activité principale consiste à transformer l'information en un bien qui est produit et distribué. Il inclut aussi les éditeurs, les bibliothèques et les industries du film et de l'enregistrement sonore.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de base de données (SCIAN 5111) :

E2831 Industrie de l'édition du livre

E2839* Autres industries d'édition

2841 Newspapers, Magazines and Periodicals
 2849 Other Combined Publishing and Printing
 7721* Computer Services
 7799* Other Business Services n.e.c.

E2841 Industries des journaux, livres et périodiques
 E2849 Autres industries d'impression et d'édition combinées
 M7721* Services d'informatiques
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Software Publishers (NAICS 5112):

7721* Computer Services

Éditeurs de logiciel (SCIAN 5112) :

M7721* Services d'informatique

Motion Picture and Video Industries (NAICS 5121):

9611* Motion Picture & Video Production
 9612* Motion Picture & Video Distribution
 9613* Motion Picture Labs & Video Prod. Facilities
 9619 Other Motion Picture, Audio & Video services
 9621 Regular Motion Picture Theatres
 9622 Outdoor Motion Picture Theatres
 9629 Other Motion Picture Exhibition

Industries du film et de la vidéo (SCIAN 5121) :

R9611* Production de films et de matériel visuel
 R9612* Distribution de films et de matériel visuel
 R9613* Laboratoires de films et de matériel visuel
 R9619 Autres services relatifs aux films et au domaine de l'audiovisuel
 R9621 Salles de cinéma ordinaires
 R9622 Projection de film en extérieur
 R9629 Autres salles de cinéma

Sound Recording Industries (NAICS 5122):

2839* Other Publishing Industries
 2849* Other Combined Publishing and Printing
 3994* Musical Instruments and Sound Recording
 5952* Musical Instruments & Accessories, Wholesale
 9614 Sound Recording Services

Industries de l'enregistrement sonore (SCIAN 5122) :

E2839* Autres industries de l'édition
 E2849* Autres industries d'impression et d'édition combinées
 E3994* Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique
 I5952* Instruments et accessoires de musique, commerce de gros
 R9614 Services d'enregistrement du son

Radio and Television Broadcasting (NAICS 5131-5132):

4811 Radio Broadcasting Industry
 4812 Television Broadcasting Industry
 4813 Combined Radio & Television Broadcasting
 4814 Cable Television Industry
 4839* Other Telecommunication Industries

Radiodiffusion et télédiffusion (SCIAN 5131-5132) :

H4811 Industrie de la radiodiffusion
 H4812 Industrie de la télédiffusion
 H4813 Industrie de la radiodiffusion et de la télédiffusion intégrées
 H4814 Industrie de la télédistribution
 H4839* Autres industries des télécommunications

Telecommunications (NAICS 5133):

4821 Telecommunication Carriers Industry
 4839* Other Telecommunication Industries

Télécommunications (SCIAN 5133) :

H4821 Industrie de la transmission des télécommunications
 H4839* Autres industries de télécommunications

**Information Services and Data Processing Services
(NAICS 514):**

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

O8541 Library Services

O8551* Museums & Archives

R9999* Other Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

**Standard Industrial Classification for Establishments
(SIC-E)**

Telecommunication Broadcasting (481)

Telecommunication Carriers and Other Telecommunication Industries (482, 483)

Postal and Courier Service Industries (484)

**Services d'information et de traitement des données
(SCIAN 514) :**

M7721* Services d'informatique

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

O8541 Bibliothèques

O8551* Musées et archives

R9999* Autres services n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

**Classification type des industries pour établissements
(CTI-E)**

Diffusion des télécommunications (481)

Transmission des télécommunications et autres industries des télécommunications (482, 483)

Services postaux et de messagerie (484)

Information and Cultural Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

The carriers and other telecommunications industry continued to experience rapid output growth, with a GDP increase of 5.0% in the first quarter of 1999. This was the fourth consecutive quarter of strong growth for the industry. As a result, the industry's output this quarter was 20.6% higher than it was in the first quarter of 1998. This easily exceeded the 2.6% growth rate over the same four-quarter period for the overall economy.

Output in the broadcasting industry increased for the third straight quarter, this time by 2.9%. This GDP growth rate more than tripled the first quarter growth rate in the overall economy.

Employment in the information and cultural industries declined by 18,000 this quarter. More than half of the jobs lost were full-time positions. Although the motion picture and video industry's total workforce expanded by 10,000 this quarter, this was more than offset by declines in the telecommunications services (-22,000) and information services and data processing services (-10,000) industries.

Despite the recent job losses, the workforce in the information and cultural industries is still slightly larger than it was in the first quarter of 1998. Relative to four quarters ago, employment has risen by 13,000 in the motion picture and video industry. However, this was somewhat negated by job losses in radio and television broadcasting (-9,000).

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- Au premier trimestre de 1999, le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications a de nouveau affiché une forte croissance, son PIB progressant de 5,0 %. Il s'agit du quatrième trimestre consécutif de forte croissance pour ce secteur, dont la production a augmenté de 20,6 % depuis le premier trimestre de 1998. Ceci dépasse largement le taux de croissance dans l'ensemble de l'économie qui a été observé durant cette même période d'un an (+2,6 %).
- Dans le secteur de la diffusion, la production a augmenté pour un troisième trimestre consécutif, cette fois-ci de 2,9 %; ce taux d'accroissement du PIB est plus de trois fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie, au premier trimestre.
- Au cours du présent trimestre, 18 000 emplois ont été perdus dans le secteur de l'information et celui de la culture, dont plus de la moitié étaient des emplois à temps plein. La perte de 22 000 emplois dans les services de télécommunications et de 10 000 emplois dans les services d'information et de traitement des données a en effet plus qu'annulé la création de 10 000 emplois dans l'industrie du film et de la vidéo.
- Malgré les récentes pertes d'emplois, les effectifs dans les secteurs de l'information et de la culture demeurent légèrement supérieurs à ce qu'ils étaient au même trimestre l'an dernier. Par comparaison à l'an dernier, 13 000 emplois ont été créés dans l'industrie du film et de la vidéo, alors que 9 000 emplois ont été perdus dans les secteurs de la radiodiffusion et de la télédiffusion.

Key Services Indicators
(change from last quarter)

Employment*	↑	0.8%
Salaries	↑	1.6%
GDP	↑	3.8%

From same quarter last year.

Indicateurs clés des services
(variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑	0,8 %
Rémunération	↑	1,6 %
PIB	↑	3,8 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- After declining for four consecutive quarters, remuneration rose this quarter in both the broadcasting industry and the carriers and other telecommunication industry. As well, both industries' employees continue to earn more than their counterparts in other industries. Average annual wages and salaries in broadcasting (\$42,891) and in the carriers and other telecommunications industries (\$44,098) easily exceeded the \$31,473 figure posted for the economy as a whole.
- Nevertheless, average wages and salaries in broadcasting are now 1.5% lower than they were in the first quarter of 1998. Similarly, during the same period, employee remuneration fell by 1.8% in the carriers and other telecommunication industry.
- Après avoir diminué pendant quatre trimestres consécutifs, la rémunération s'est accrue au premier trimestre dans le secteur de la diffusion et celui des télécommunications et autres services de télécommunications. Dans ces deux secteurs, les employés continuent de gagner davantage que leurs homologues des autres secteurs. La rémunération annuelle moyenne dans le secteur de la diffusion (42 891 \$) et celui des télécommunications et autres services de télécommunications (44 098 \$) dépasse en effet largement la rémunération annuelle moyenne dans l'ensemble de l'économie (31 473 \$).
- Néanmoins, la rémunération moyenne en diffusion est aujourd'hui de 1,5 % inférieure à ce qu'elle était au premier trimestre de 1998. De même, durant la même période, la rémunération des employés a diminué de 1,8 % dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment

Graphique A1. Emploi

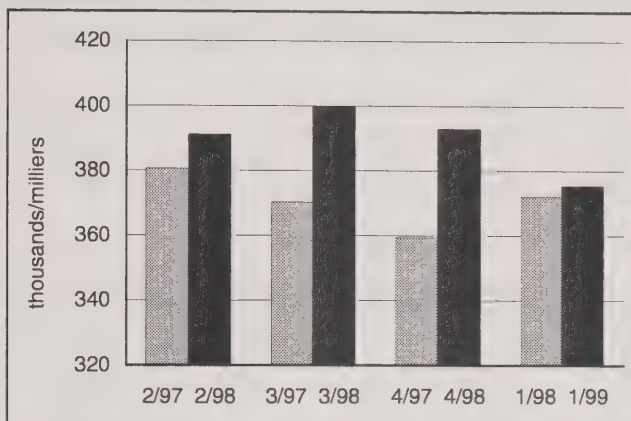


Chart A2. Average wages and salaries

Graphique A2. Rémunération et salaires

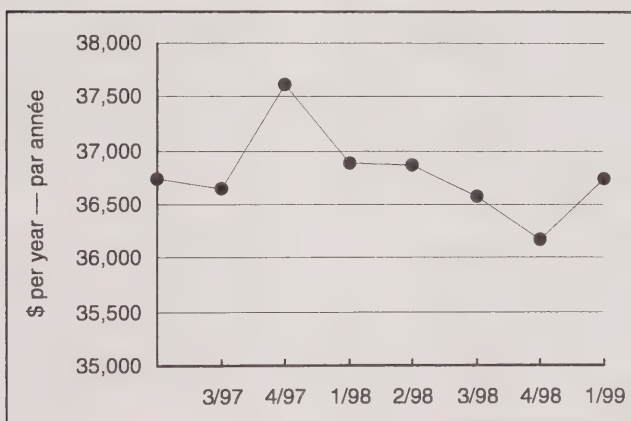


Chart A3. GDP

Graphique A3. PIB

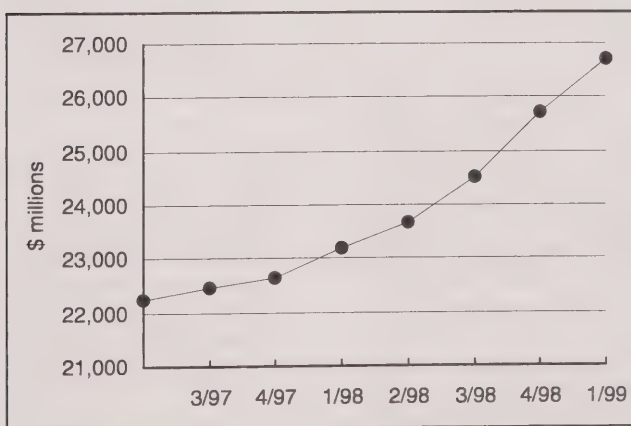


Table A1. Communications, annualized GDP at factor cost**Tableau A1. Communications, PIB annualisé au coût des facteurs**

	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								
Annualized GDP (s.a.)								PIB annualisé (dés.)
Broadcasting	3,456	3,503	3,598	3,701	3,692	3,746	3,865	3,979
Carriers/other telecom.	15,097	15,355	15,675	15,805	16,350	17,101	18,140	19,056
Postal/courier services	3,678	3,611	3,375	3,677	3,635	3,680	3,723	3,674
Total communications	22,231	22,469	22,648	23,184	23,677	24,528	25,728	26,708
Overall economy	695,211	703,512	708,002	712,685	715,638	717,468	725,179	731,227

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	0.8	1.4	2.7	2.9	-0.2	1.5	3.2	2.9	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.2	1.7	2.1	0.8	3.4	4.6	6.1	5.0	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.7	-1.8	-6.5	8.9	-1.1	1.2	1.2	-1.3	Services postaux/messagerie
Total communications	1.5	1.1	0.8	2.4	2.1	3.6	4.9	3.8	Total des communications
Overall economy	1.3	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	0.8	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

Broadcasting	0.50	0.50	0.51	0.52	0.52	0.52	0.53	0.54	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.17	2.18	2.21	2.22	2.28	2.38	2.50	2.61	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.53	0.51	0.48	0.52	0.51	0.51	0.51	0.50	Services postaux/messagerie
Total communications	3.20	3.19	3.20	3.25	3.31	3.42	3.55	3.65	Total des communications

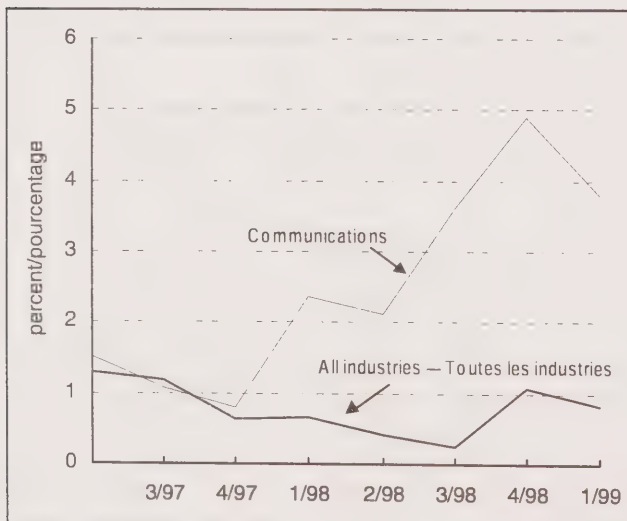
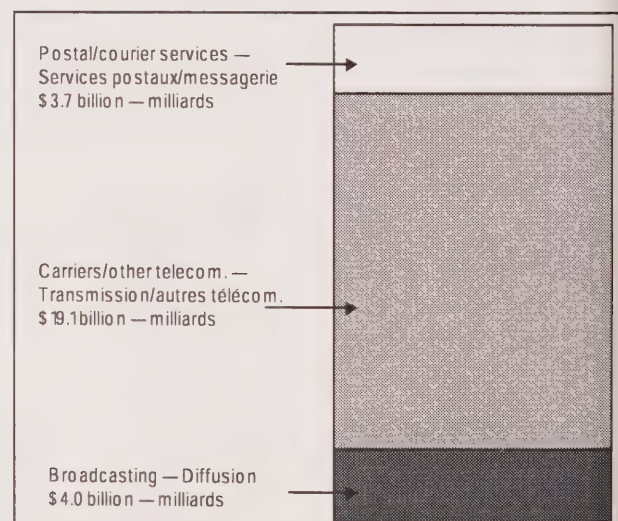
Chart A4. GDP nominal growth rates**Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart A5. Output of communications group of industries****Graphique A5. Production du groupe des communications**

Table A2. Information and cultural industries, employment

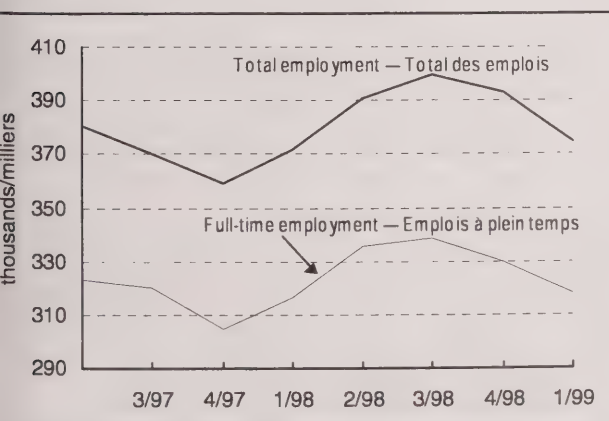
Tableau A2. Industrie de l'information et industrie culturelle, emploi

	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
	thousands — milliers							
Employment								Emploi
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	89	85	83	80	79	75	73	77
Motion picture/video industries	39	39	27	29	30	28	32	42
Sound recording industries	5	4	3	4	4	4	4	4
Broadcasting	51	51	59	66	64	59	58	57
Telecommunications services	165	159	153	159	182	193	182	160
Information/data processing	31	32	35	35	33	40	44	34
Total	381	371	360	372	391	400	393	375
Full-time	323	321	305	317	336	338	329	318
Part-time	58	50	55	55	55	61	64	57

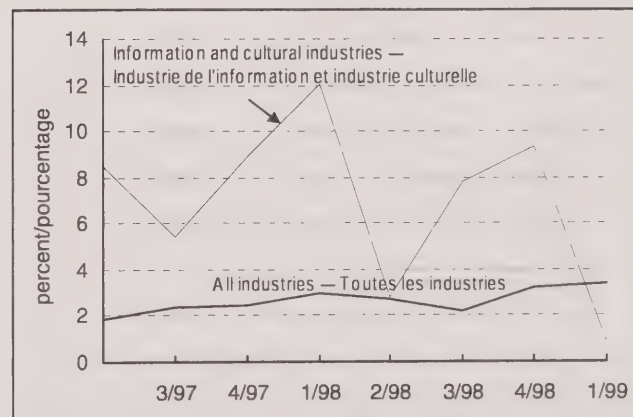
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Percentages of change (%)								Taux de variation (%)
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	8.9	8.2	1.6	0.4	-11.5	-12.2	-12.5	-3.0
Motion picture/video industries	44.9	37.1	3.1	18.9	-23.9	-27.1	18.6	44.3
Sound recording industries	16.0	56.5	-22.4	-9.5	44.8	16.7
Broadcasting	-16.7	-20.0	10.9	46.1	24.5	16.7	-1.7	-12.7
Telecommunications services	14.2	9.2	13.2	6.3	10.3	21.1	19.0	0.9
Information/data processing	-9.1	-5.8	10.2	12.4	5.5	25.2	27.4	-3.1
Total	8.5	5.4	8.9	12.1	2.8	7.8	9.3	0.8
Full-time	9.8	5.6	7.9	13.6	4.0	5.6	8.0	0.5
Part-time	1.4	4.6	15.4	4.3	-4.2	22.2	16.3	2.5
Overall economy growth rates (%)								Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	1.8	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4
Full-time	1.9	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5
Part-time	1.7	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7

Chart A6. Employment¹Graphique A6. Emploi¹

The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart A7. Employment growth rates²Graphique A7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

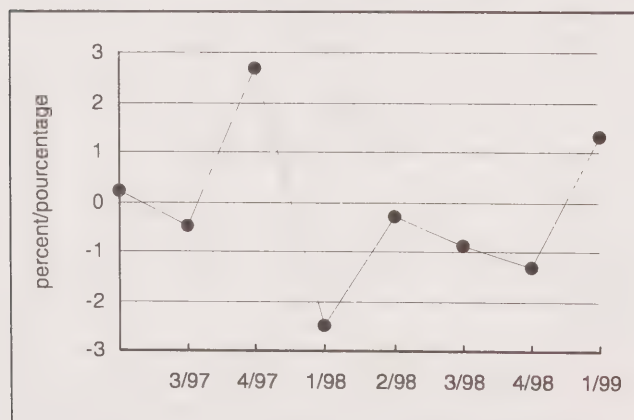
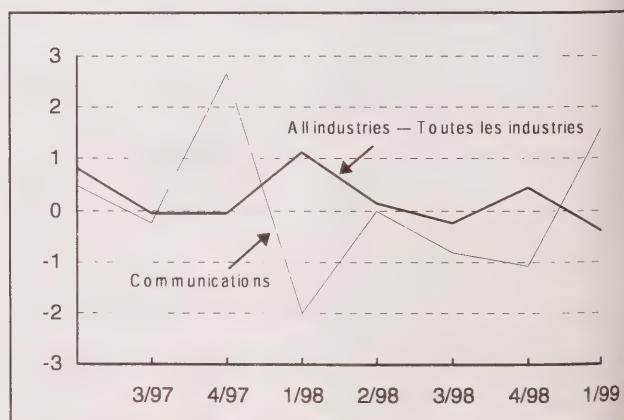
Table A3. Communications, average wages and salaries**Tableau A3. Communications, rémunération**

1997				1998				1999	
II	III	IV	I	II	III	IV	I		
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees								Tous les employés	
Broadcasting	43,756	43,490	44,066	43,551	43,268	42,936	42,710	42,891	Diffusion
Carriers/other telecom.	44,593	44,491	44,888	44,893	44,782	44,279	43,629	44,098	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	26,901	26,937	26,738	27,048	27,349	27,232	27,084	27,813	Services postaux/messagerie
Total communications	36,736	36,646	37,624	36,876	36,874	36,571	36,167	36,742	Total communications
Overall economy	31,182	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,473	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)									Taux de variation (%)	
Broadcasting	1.3	-0.6	1.3	-1.2	-0.6	-0.8	-0.5	0.4	Diffusion	
Carriers/other telecom.	1.2	-0.2	0.9	0.0	-0.2	-1.1	-1.5	1.1	Transmission/autres télécom.	
Postal/courier services	-0.9	0.1	-0.7	1.2	1.1	-0.4	-0.5	2.7	Services postaux/messagerie	
Total communications	0.5	-0.2	2.7	-2.0	-0.0	-0.8	-1.1	1.6	Total communications	
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Broadcasting	1.0	-0.9	1.4	-1.7	-0.9	-0.9	-0.7	0.2	Diffusion	
Carriers/other telecom.	0.9	-0.5	1.0	-0.5	-0.5	-1.2	-1.6	0.8	Transmission/autres télécom.	
Postal/courier services	-1.2	-0.1	-0.7	0.6	0.8	-0.5	-0.7	2.4	Services postaux/messagerie	
Total communications	0.2	-0.5	2.7	-2.5	-0.3	-0.9	-1.3	1.3	Total communications	
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)	
Overall economy	0.8	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	Économie totale	

Chart A8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in communications**Graphique A8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les communications****Chart A9. Wage and salary growth rates¹****Graphique A9. Taux de croissance de la rémunération¹**

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Finance and Insurance
Industries**

Finance et assurances

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

B. Finance and Insurance Industries

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Finance and Insurance section covers establishments primarily engaged in financial transactions, or in facilitating financial transactions. Included are establishments that are primarily engaged in: financial intermediation; the pooling of risk by underwriting annuities and insurance; and/or providing specialized services that facilitate or support financial intermediation, insurance and employee benefit programs.

Please note that, compared to previous issues of *Services Indicators*, a major difference in coverage for this section is that it now excludes data for the real estate services industry. These data can instead be located in the Other Services Industries section.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

B. Finance et assurances

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sous les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de la finance et des assurances couvre les établissements dont l'activité principale consiste à effectuer des opérations financières ou à en faciliter l'exécution. Sont compris les établissements dont l'activité principale est l'intermédiation financière, la mise en commun des risques par la souscription à des contrats d'assurance de rente et à d'autres formes de contrats d'assurance, et(ou) la fourniture de services spécialisés qui facilitent ou complètent des programmes d'intermédiation financière, d'assurance et d'avantages sociaux.

Il convient de souligner que, par rapport aux numéros précédents d'*Indicateurs des services*, on a modifié considérablement la couverture de la présente section, puisque celle-ci ne contient plus les données sur les services immobiliers, qui figurent maintenant dans la section consacrée aux autres industries de services.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Monetary Authorities – Central Bank (NAICS 521)

K7011 Central Bank

Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5221)

K7021 Chartered Banks

K7029 Other Banking-Type Intermediaries

K7031* Trust Companies

K7042 Co-operative Mortgage Companies

K7051 Local Credit Unions

K7099 Other Deposit Accepting Intermediaries

Non-Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5222)

K7111 Consumer Loan Companies

K7121 Sales Finance Companies

K7122 Credit Card Companies

K7123 Factoring Companies

K7124* Financial Leasing Companies

K7129 Other Business Financing Companies

K7221 Mortgage Investment Companies

K7229 Other Mortgage Companies

J6591* Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. (pawnshops)

Mortgage and Non-mortgage Loan Brokers (NAICS 5223)

K7052 Central Credit Unions

K7421 Mortgage Brokers

K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

Securities, Commodity Contracts, and Other Financial Investment Activities (NAICS 523)

K7031* Trust Companies

K7125 Venture Capital Companies

K7211* Investment (Mutual) Funds

K7212* Retirement Savings Funds

K7214 Investment Companies

K7222* Real Estate Investment Trusts

Autorités monétaires – Banque centrale (SCIAN 521)

K7011 Banque centrale

Intermédiation financière par le biais de dépôts (SCIAN 5221)

K7021 Banques à charte

K7029 Autres intermédiaires de type de bancaire

K7031* Sociétés de fiducie

K7042 Fiducies coopératives de prêt hypothécaire

K7051 Caisses locales d'épargne et de crédit

K7099 Autres intermédiaires de dépôts

Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts (SCIAN 5222)

K7111 Sociétés de prêt à la consommation

K7121 Sociétés de financement des ventes

K7122 Sociétés de cartes de crédit

K7123 Sociétés d'affacturage

K7124* Sociétés de crédit-bail

K7129 Autres sociétés de financement des entreprises

K7221 Sociétés de placement hypothécaire

K7229 Autres sociétés de prêt hypothécaire

J6591* Magasins de marchandises d'occasion n.c.a. (prêteurs sur gage)

Courtiers en prêt hypothécaire et non hypothécaire (SCIAN 52231)

K7052 Caisses centrales d'épargne et de crédit

K7421 Courtiers en prêts hypothécaires

K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Valeurs mobilières, contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier connexes (SCIAN 523)

K7031* Sociétés de fiducie

K7125 Société de capital à risque

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)

K7212* Fonds d'épargne-retraite

K7214 Sociétés d'investissement

K7222* Fiducies de placement immobilier

K7291* Trusteed Pension Funds
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.
 K7411 Investment Dealers
 K7412 Stock Brokers
 K7413 Commodity Brokers
 K7431 Stock Exchanges
 K7432 Commodity Exchanges
 K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.
 M7799* Other Business Services n.e.c.

K7291* Caisses de retraite en fiducie
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.
 K7411 Négociations de titres
 K7412 Courtiers boursiers
 K7413 Courtiers en marchandises
 K7431 Bourses des valeurs
 K7432 Bourses des marchandises
 K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Insurance Carriers (NAICS 5241)

K7311 Life Insurers
 K7321 Deposit Insurers
 K7331* Health Insurers
 K7339* Other Property & Casualty Insurers

Sociétés d'assurance (SCIAN 5241)

K7311 Sociétés d'assurance-vie
 K7321 Sociétés d'assurance-dépôt
 K7331* Sociétés d'assurance-santé
 K7339* Autres sociétés d'assurance-biens et services divers

Insurance Agencies and Brokerages (NAICS 5242)

L7611* Insurance & Real Estate Agencies
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Agences et courtiers d'assurances et autres activités liées à l'assurance (SCIAN 5242)

L7611* Agences d'assurances et agences immobilières
 M7799* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Pension Funds (NAICS 5261)

K7213* Segregated Funds
 K7291* Trusteed Pension Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Caisses de retraite (SCIAN 5261)

K7213* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7291* Fonds d'épargne-retraite
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Other Funds and Financial Vehicles (NAICS 5269)

K7211* Investment (Mutual) Funds
 K7212* Retirement Savings Funds
 K7213* Segregated Funds
 K7222* Real Estate Investment Trusts
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Autres fonds et instruments financiers (SCIAN 5269)

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7212* Fonds d'épargne-retraite
 K7213* Caisses séparées
 K7222* Fiducies de placement immobilier
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Employment data for NAICS categories 521 and 526 are not shown in this section because they are suppressed. This occurs whenever an industry's employment is estimated to be less than 1,500.

Les données sur l'emploi pour catégories les 521 et 526 du SCIAN ne figurent pas dans cette section parce qu'elles ont été supprimées. Cela se produit lorsqu'on estime que l'emploi dans une industrie sera inférieur à 1,500.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Chartered Banks and Other Deposit-Accepting Institutions (701, 702, 709)

Trust Companies and Deposit-Accepting Mortgage Companies (703, 704)

Credit Unions (705)

Insurance (73)

Other Financial Intermediaries (71, 72, 74)

Real Estate Operators (except Developers) (75)

Insurance and Real Estate Agents (76)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Banques à charte et autres intermédiaires financiers de dépôts (701, 702, 709)

Sociétés de fiducie et sociétés de prêt hypothécaire des dépôts (703, 704)

Caisses d'épargne et de crédit (705)

Assurances (73)

Autres intermédiaires financiers (71, 72, 74)

Services immobiliers (sauf les lotisseurs) (75)

Agences d'assurances et agences immobilières (76)

Finance and Insurance

Highlights — 1st Quarter 1999

- Following three quarters of moderate growth, GDP in the finance, insurance and real estate sector fell by 0.2% this quarter. Although output rose by 2.8% in the real estate and insurance agents industry, it declined for banks, credit unions, insurance companies and other financial intermediaries.
- The finance, insurance and real estate sector's GDP was 1.3% higher this quarter than it was four quarters ago — about half the rate of growth that was recorded for the entire economy in the same period. The most sizeable output increases, compared to one year ago, occurred in the other financial intermediaries industry (+4.6%) and the real estate and insurance agents industry (+2.9%). Meanwhile, although the output of insurance companies and credit unions rose marginally, the GDP of the banking industry shrank slightly.
- The average wage and salary in the finance, insurance and real estate sector (\$39,459) this quarter was virtually unchanged compared to the previous quarter. Remuneration rose most rapidly this quarter for employees of insurance companies (1.9%) and real estate operators (1.0%). However, after having risen for several consecutive quarters, the average remuneration in credit unions did fall this quarter by 1.5%.
- As well, average remuneration in the other financial intermediaries industry dropped 2.6% this quarter — the seventh decline in the last eight quarters. Indeed, averages wages and salaries in this industry were 14.1% lower this quarter than they were in the first quarter of 1997.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 7.0%
Salaries	↑ 0.1%
GDP	↓ 0.2%

* From same quarter last year.

Finance et assurances

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- Après trois trimestres de croissance modérée, le PIB dans le secteur des finances, des assurances et de l'immobilier a reculé de 0,2 % au premier trimestre de 1999. Bien que le secteur des agents immobiliers et les agents d'assurance aient accroître leur production de 2,8 %, celle-ci a diminué dans les banques, les coopératives de crédit, les sociétés d'assurance et autres intermédiaires financiers.
- Entre le premier trimestre de 1998 et celui de 1999, le PIB du secteur des finances, des assurances et de l'immobilier a augmenté de 1,3 %, ce taux correspondant environ à la moitié du taux de croissance pour l'ensemble de l'économie durant la même période. Les gains les plus marqués durant cette période d'un an ont été observés dans le secteur des autres intermédiaires financiers (+4,6 %) et chez les agents immobiliers et agents d'assurance (+2,9 %). La production des sociétés d'assurance et des coopératives de crédit a elle aussi légèrement augmenté, mais le PIB des banques a légèrement diminué.
- Au premier trimestre, la rémunération moyenne dans le secteur des finances, des assurances et de l'immobilier (39 459 \$) est demeurée pratiquement inchangée par rapport au trimestre précédent. Ce sont les employés des sociétés d'assurance et les exploitants immobiliers qui ont bénéficié des plus fortes hausses ce trimestre-ci, leur rémunération augmentant respectivement de 1,9 % et 1,0 %. À l'inverse, la rémunération moyenne des employés des coopératives de crédit a diminué de 1,5 % au premier trimestre, après plusieurs trimestres consécutifs à la hausse.
- De plus, la rémunération moyenne dans les autres intermédiaires financiers a chuté de 2,6 % au premier trimestre, ceci constituant la septième baisse au cours des huit derniers trimestres. De fait, la rémunération moyenne dans ce secteur a diminué de 14,1 % depuis le premier trimestre de 1997.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 7,0 %
Rémunération	↑ 0,1 %
PIB	↓ 0,2 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

Finance and insurance sector employment rose by 13,000 this quarter, due entirely to a sharp increase in full-time jobs. The most sizeable employment increases occurred in the insurance services (+12,000 jobs) and securities, commodity contracts, and other financial investment activities (+5,000). These job gains were offset somewhat by the loss of 6,000 positions in non-depository credit intermediation services.

Compared to the first quarter of 1998, the workforce of the finance and insurance sector has expanded by 41,000, an increase of 7.0%. About half of these jobs were added in depository credit intermediation services which are, for the most part, offered by chartered banks. Over the past four quarters, there was also an 8.8% increase in employment in securities, commodity contracts, and other financial investment activities, and a 5.0% gain in the workforce providing insurance services.

- Au premier trimestre, 13 000 emplois ont été créés dans le secteur des finances et des assurances, tous étant des emplois à temps plein. Les gains les plus notables ont été enregistrés dans les services d'assurance (+12 000 emplois), ainsi que les valeurs mobilières, les contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier (+5 000). Ces gains ont été quelque peu neutralisés par la perte de 6 000 postes dans le secteur de l'intermédiation financière non faite par le biais de dépôts.
- Comparativement au premier trimestre de 1998, les effectifs dans le secteur des finances et des assurances se sont accrus de 41 000, ce qui représente une augmentation de 7,0 %. Près de la moitié de ces emplois ont été créés dans les services d'intermédiation financière par le biais de dépôts, lesquels sont offerts pour la plupart par les banques à charte. Au cours des quatre derniers trimestres, on a observé également une hausse de 8,8 % de l'emploi dans les valeurs mobilières, les contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier, ainsi qu'une augmentation de 5,0 % dans les services d'assurance.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

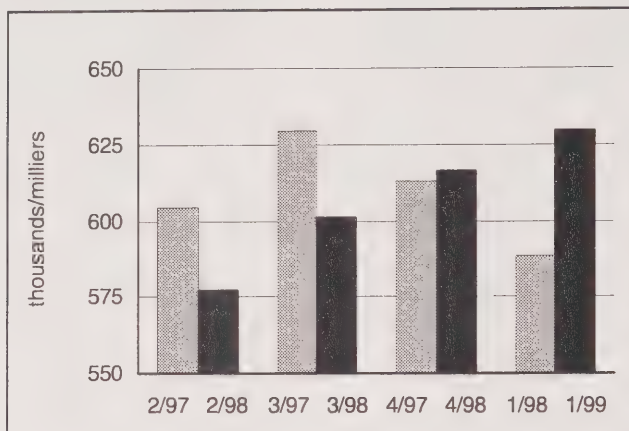


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

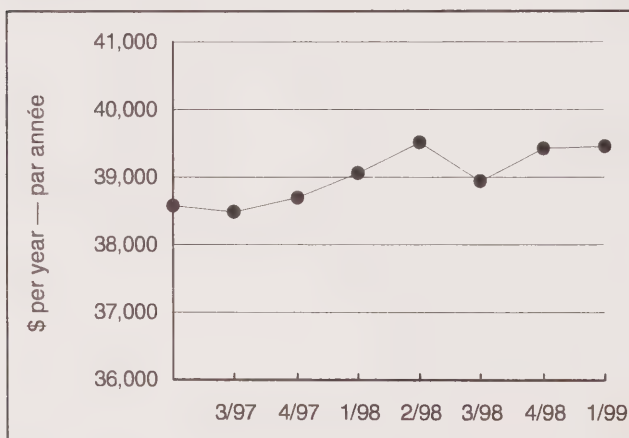


Chart B3. GDP

Graphique B3. PIB

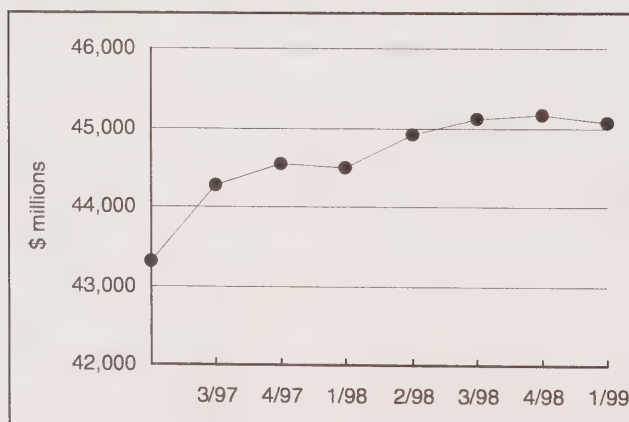


Table B1. Finance, insurance and real estate, annualized GDP at factor cost
Tableau B1. Finance, assurances et services immobiliers, PIB annualisé au coût des facteurs

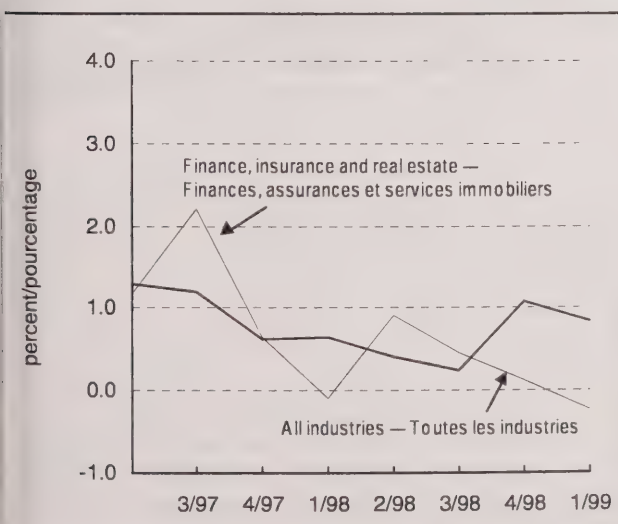
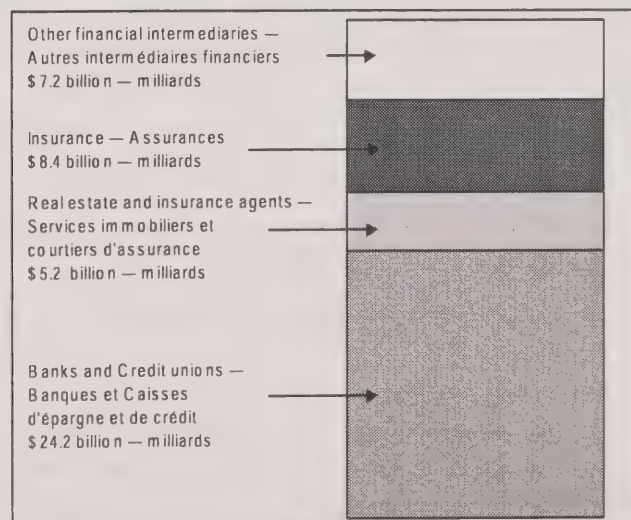
	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								
Annualized GDP (s.a.)								PIB annualisé (dés.)
Banks*	21,378	22,120	22,432	22,560	22,659	22,756	22,667	22,540
Credit unions	1,661	1,664	1,672	1,681	1,687	1,702	1,712	1,707
Insurance	8,452	8,414	8,439	8,320	8,275	8,336	8,505	8,407
Other finan. intermediaries	6,452	6,754	6,870	6,914	7,073	7,117	7,249	7,231
Real est. and insur. agents	5,365	5,308	5,135	5,031	5,214	5,203	5,037	5,178
Total group	43,308	44,260	44,548	44,506	44,908	45,114	45,170	45,063
Overall economy	695,211	703,512	708,002	712,685	715,638	717,468	725,179	731,227
								Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
Rate of change (%)								Taux de variation (%)
Banks*	2.1	3.5	1.4	0.6	0.4	0.4	-0.4	-0.6
Credit unions	0.1	0.2	0.5	0.5	0.4	0.9	0.6	-0.3
Insurance	0.6	-0.4	0.3	-1.4	-0.5	0.7	2.0	-1.2
Other finan. intermediaries	1.3	4.7	1.7	0.6	2.3	0.6	1.9	-0.2
Real est. and insur. agents	-1.1	-1.1	-3.3	-2.0	3.6	-0.2	-3.2	2.8
Total group	1.2	2.2	0.7	-0.1	0.9	0.5	0.1	-0.2
Overall economy	1.3	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	0.8
								Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada								
Banks*	3.08	3.14	3.17	3.17	3.17	3.17	3.13	3.08
Credit unions	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.23
Insurance	1.22	1.20	1.19	1.17	1.16	1.16	1.17	1.15
Other finan. intermediaries	0.93	0.96	0.97	0.97	0.99	0.99	1.00	0.99
Real est. and insur. agents	0.77	0.75	0.73	0.71	0.73	0.73	0.69	0.71
Total group	6.23	6.29	6.29	6.24	6.28	6.29	6.23	6.16

Includes the central bank, banks and other deposit accepting institutions.

* Inclut la banque centrale, les banques et les autres établissements de dépôts.

Chart B4. GDP nominal growth rates
Graphique B4. Taux nominaux de croissance du PIB

Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries
Graphique B5. Production du groupe de finance, assurances et services immobiliers


See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B2. Finance and insurance industries, employment**Tableau B2. Finance et assurances, emploi**

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
	thousands — milliers								
Employment									Emploi
Depository credit intermediation	301	302	296	286	279	296	308	307	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	19	20	19	18	20	22	24	18	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	5	7	5	5	4	5	6	8	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	67	82	80	82	77	79	84	89	Valeurs mobili./contrats de march.
Insurance services	212	217	211	196	195	198	193	205	Assurances
Total	604	629	613	588	577	601	616	629	Total
Full-time	530	550	536	520	508	528	535	552	Plein temps
Part-time	74	80	78	69	69	73	82	77	Temps partiel
Self employment*	60	63	54	47	43	50	51	54	Travail autonome*

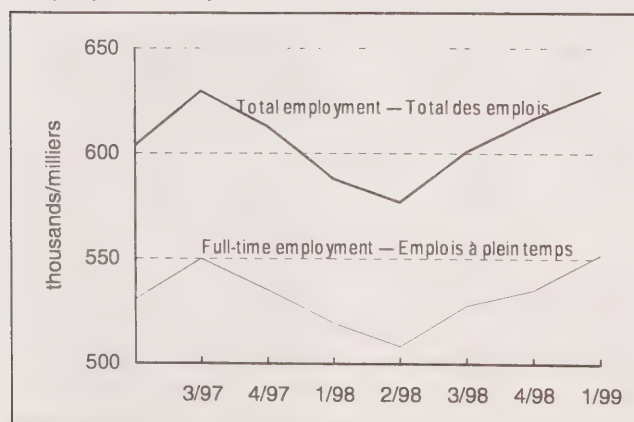
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)	
Depository credit intermediation	2.6	2.7	-2.8	-6.8	-7.1	-2.0	3.9	7.2	Interm. fin. par le biais de dépôts	
Non-depository credit intermediation	2.1	-11.1	-1.1	-3.7	4.6	8.5	29.2	-3.8	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts	
Activities related to credit interm.	84.6	69.2	47.2	65.5	-14.6	-30.3	5.7	56.3	Activités liées à l'intermédiation fin.	
Securities/commodity contracts	-7.9	23.3	38.1	50.2	15.0	-3.9	4.6	8.8	Valeurs mobili./contrats de march.	
Insurance services	2.2	4.2	4.5	-4.4	-8.0	-9.1	-8.7	4.9	Assurances	
Total	1.5	5.3	4.1	-0.1	-4.5	-4.5	0.5	7.0	Total	
Full-time	0.9	4.1	4.6	1.7	-4.2	-4.0	-0.1	6.3	Plein temps	
Part-time	6.0	14.2	0.8	-11.8	-6.2	-8.1	4.9	12.5	Temps partiel	
Self employment*	17.5	25.3	14.7	-8.9	-27.6	-20.6	-4.6	14.3	Travail autonome*	
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)	
Total	1.8	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	Total	
Full-time	1.9	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	Plein temps	
Part-time	1.7	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	Temps partiel	
Self-employment	11.9	11.9	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	Travail autonome	

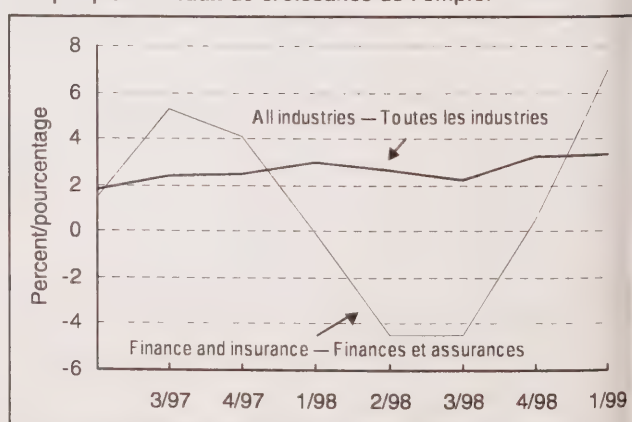
* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart B6. Employment¹**Graphique B6. Emploi¹**

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

See definitions and concepts at the end of publication

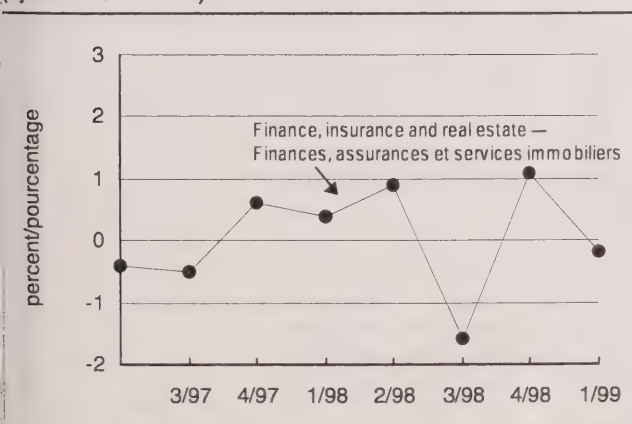
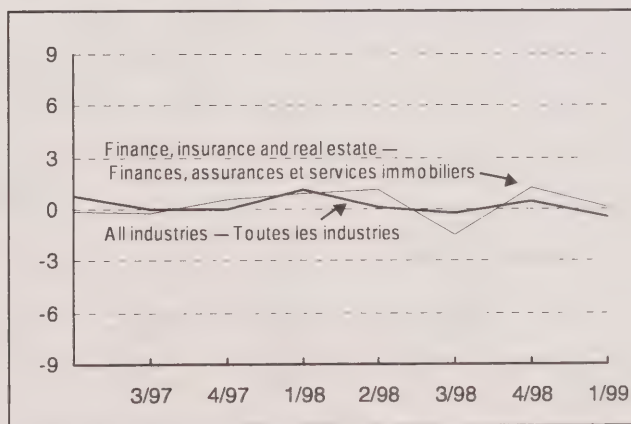
Chart B7. Employment growth rates²**Graphique B7. Taux de croissance de l'emploi²**

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B3. Finance, insurance and real estate, average wages and salaries**Tableau B3. Finance, assurances et services immobiliers, rémunération**

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
All employees	current dollars per year — dollars courants par année								Tous les employés
Chartered banks	34,748	34,553	35,105	35,465	35,480	35,542	35,984	35,962	Banques à charte
Trust/mortg. companies	33,396	35,448	35,577	35,760	36,068	35,898	36,382	36,157	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	32,114	33,155	33,755	35,080	35,407	35,841	36,114	35,566	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	43,469	42,593	43,443	45,400	47,091	46,164	46,383	47,274	Assurances
Other finan. intermediaries	53,205	52,008	51,690	50,985	51,993	49,557	49,398	48,131	Autres interm. financiers
Real estate operators	30,077	30,261	29,802	29,334	28,724	28,852	30,250	30,565	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	35,349	36,142	35,821	36,161	36,628	36,449	36,435	36,688	Agences (assur./immob.)
Total	38,568	38,480	38,701	39,066	39,528	38,935	39,434	39,459	Total
Overall economy	31,182	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,473	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
Rates of change (%)	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Taux de variation (%)
Chartered banks	0.9	-0.6	1.6	1.0	0.0	0.2	1.2	-0.1	Banques à charte
Trust/mortg. companies	0.5	6.1	0.4	0.5	0.9	-0.5	1.3	-0.6	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	1.7	3.2	1.8	3.9	0.9	1.2	0.8	-1.5	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	1.9	-2.0	2.0	4.5	3.7	-2.0	0.5	1.9	Assurances
Other finan. intermediaries	-5.1	-2.2	-0.6	-1.4	2.0	-4.7	-0.3	-2.6	Autres interm. financiers
Real estate operators	5.0	0.6	-1.5	-1.6	-2.1	0.4	4.8	1.0	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	-1.3	2.2	-0.9	0.9	1.3	-0.5	-0.0	0.7	Agences (assur./immob.)
Total	-0.1	-0.2	0.6	0.9	1.2	-1.5	1.3	0.1	Total
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Chartered banks	0.6	-0.8	1.7	0.5	-0.2	0.1	1.1	-0.3	Banques à charte
Trust/mortg. companies	0.1	5.9	0.4	0.0	0.6	-0.6	1.2	-0.9	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	1.4	3.0	1.9	3.4	0.7	1.1	0.6	-1.8	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	1.6	-2.3	2.1	3.9	3.5	-2.1	0.3	1.7	Assurances
Other finan. intermediaries	-5.3	-2.5	-0.6	-1.9	1.7	-4.8	-0.5	-2.8	Autres interm. financiers
Real estate operators	4.7	0.4	-1.5	-2.1	-2.3	0.3	4.7	0.8	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	-1.6	2.0	-0.8	0.4	1.0	-0.6	-0.2	0.4	Agences (assur./immob.)
Total	-0.4	-0.5	0.6	0.4	0.9	-1.6	1.1	-0.2	Total
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nom. (%)
Overall economy	0.8	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	Économie totale

Chart B8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted)
Graphique B8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC)**Chart B9. Wage and salary growth rates¹**
Graphique B9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication



Custom Totalisations Tabulations spéciales

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Professional, Scientific
and Technical Services
Industries**

**Services professionnels,
scientifiques et
techniques**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

C. Professional, Scientific and Technical Services Industries

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Professional, Scientific and Technical Services section offers coverage of establishments primarily engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider, and expertise is what each of these industries sells. The distinguishing feature of this sector is that most of its industries have production processes that are wholly dependent on worker skills, therefore equipment and materials are relatively less important. Nevertheless, this section's industry coverage resembles that which was offered in the business services sections of previous issues of *Services Indicators*.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

C. Services professionnels, scientifiques et techniques

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques comprend les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de service, et l'expertise est ce que vend chacun de ces établissements. Ce secteur se distingue par le fait qu'il comprend surtout des établissements dont les procédés de production dépendent entièrement des compétences des employés et dans lesquels le matériel et l'outillage jouent un rôle relativement moins important. Néanmoins, la couverture de ce secteur est semblable à celle des sections sur les services aux entreprises des numéros antérieurs d'*Indicateurs des services*.

Vous trouverez la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quand une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Legal Services (NAICS 5411)

M7761* Offices Of Lawyers & Notaries
 M7799* Other Business Services n.e.c.
 R9999* Other Services n.e.c.

Accounting, Tax Preparation, Bookkeeping and Payroll Services (NAICS 5412)

M7731 Offices Of Chartered & Certified Accountants
 M7739* Other Accounting & Bookkeeping

Architectural, Engineering and Related Services (NAICS 5413)

A0229* Other Services Inc to Agricultural Crops
 F4499* Other Services Inc. to Construction n.e.c.
 G4513* Non-Scheduled Air Transport Specialty Service
 M7751 Offices Of Architects
 M7752 Offices Of Engineers
 M7759* Other Scientific & Technical Services
 M7799* Other Business Services n.e.c.
 P8684* Public Health Laboratories

Specialized Design Services (NAICS 5414)

M7749* Other Advertising Services
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Computer Systems Design and Related Services (NAICS 5415)

M7721* Computer Services

Management, Scientific and Technical Consulting Services (NAICS 5416)

A0231* Agricultural Management & Consulting Services
 M7711* Employment Agencies
 M7759* Other Scientific & Technical Services
 M7771* Management Consulting Services
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Scientific Research and Development Services (NAICS 5417)

A0239* Other Services Inc. to Agriculture n.e.c.
 B0321* Services Incidental to Fishing
 M7759* Other Scientific & Technical Services
 O8599* Other Educational Services
 P8693 Health Care Research Agencies
 P8694* Social Service Planning & Advocacy Agencies

Services juridiques (SCIAN 5411)

M7761* Études d'avocats et de notaires
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
 R9999* Autres services n.c.a.

Services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paie (SCIAN 5412)

M7731 Bureaux de comptables et d'experts-comptables
 M7739* Autres services de comptabilité et de tenue de livres

Architecture, génie et services connexes (SCIAN 5413)

A0229* Autres services relatifs aux cultures
 F4499* Autres services relatifs à la construction n.c.a.
 G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)
 M7751 Bureaux d'architectes
 M7752 Bureaux d'ingénieurs
 M7759* Autres services scientifiques et techniques
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
 P8684* Laboratoires de santé publique

Services spécialisés de design (SCIAN 5414)

M7749* Autres services de publicité
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Conception de systèmes informatiques et services connexes (SCIAN 5415)

M7721* Services d'informatique

Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (SCIAN 5416)

A0231* Services de gestion agricole d'experts-conseils
 M7711* Bureaux de placement
 M7759* Autres services scientifiques et techniques
 M7771* Bureaux de conseils en gestion
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Services de recherche et de développement scientifiques (SCIAN 5417)

A0239* Autres services relatifs à l'agriculture n.c.a.
 B0321* Services relatifs à la pêche
 M7759* Autres services scientifiques et techniques
 O8599* Autres services d'enseignement
 P8693 Organismes de recherche pour les soins de santé
 P8694* Organismes de planification et de soutien des services sociaux

R9999* Other Services n.e.c.

Advertising and Related Services (NAICS 5418)

M7741 Advertising Agencies

M7742 Media Representatives

M7743 Outdoor Display & Billboard Advertising

M7749* Other Advertising Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Other Professional, Scientific and Technical Services (NAICS 5419)

A0211 Veterinary Services

M7749* Other Advertising Services

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

R9931 Photographers

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Computer and Related Services (772)

Accounting and Bookkeeping Services (773)

Advertising Services (774)

Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services (775)

Offices of Lawyers and Notaries (776)

Miscellaneous Business Services (771, 777, 779)

R9999* Autres services n.c.a.

Publicité et services connexes (SCIAN 5418)

M7741 Agences de publicité

M7742 Représentants de médias

M7743 Étalages et panneaux d'affichage publicitaire en extérieur

M7749* Autres services de publicité

M7771* Bureaux de conseil en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Autres services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 5419)

A0211 Services vétérinaires

M7749* Autres services de publicité

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9931 Photographes

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services informatiques et services connexes (772)

Services de comptabilité (773)

Services de publicité (774)

Bureaux d'architectes, d'ingénieurs et autres services scientifiques et techniques (775)

Cabinets d'avocats et de notaires (776)

Services divers fournis aux entreprises (771, 777, 779)

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- Output in the business services sector grew at a healthy rate of 2.0% this quarter, more than double the GDP growth rate recorded for the entire economy. This was largely propelled by continued expansion in the computer services industry, where output rose 6.2%. As well, after declining in the last two quarters of 1998, output rose this quarter by 2.2% in the accounting and legal services industry. These increases more than offset the 0.8% decline in GDP for the architectural, engineering and other scientific and technical services industry.
- The GDP of the computer services industry has risen by a very rapid 20.8% since the first quarter of 1998. This far surpassed the accounting and legal services industry which witnessed output growth of just 0.6% over the last year. By comparison, the GDP of the entire economy increased 2.6% over this same four quarter period.
- Although total employment in professional, scientific and technical services was virtually unchanged from last quarter, there were some shifts in the mix of this sector's workforce. 12,000 full-time jobs were added this quarter, while 14,000 part-time positions were shed. Moreover, sizeable job gains were recorded in computer systems design (+20,000 jobs), and in accounting, tax preparation, bookkeeping and payroll services (+12,000). Meanwhile, employment fell sharply this quarter in advertising and related services (-12,000) and in management, scientific and technical consulting services (-8,000).

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- Au premier trimestre, la production dans le secteur des services aux entreprises a fait un gain appréciable de 2,0 %, ce qui est plus de deux fois supérieur à la croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie. Ce gain est en grande partie attribuable à l'expansion continue du secteur des services informatiques, dont la production s'est accrue de 6,2 %. En outre, après avoir diminué durant les deux derniers trimestres de 1998, la production dans les services de comptabilité et les services juridiques a augmenté de 2,2 % au premier trimestre de 1999. Ces hausses ont plus que compensé pour la baisse de 0,8 % du PIB dans les services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques.
- Depuis le premier trimestre de 1998, le PIB du secteur des services informatiques a fait un bond de 20,8 %, ce qui est de loin supérieur à l'augmentation (0,6 %) dans les services de comptabilité et services juridiques. À titre de comparaison, le PIB de l'ensemble de l'économie a augmenté de 2,6 % au cours des quatre derniers trimestres.
- Bien que l'emploi total dans les services professionnels, scientifiques et techniques soit demeuré pratiquement inchangé depuis le dernier trimestre, on a observé certains changements dans la répartition des emplois : ainsi, 12 000 emplois à temps plein ont été créés, alors que 14 000 emplois à temps partiel ont été perdus. Des gains importants ont été réalisés dans la conception de systèmes informatiques (+20 000 emplois), ainsi que dans les services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paye (+12 000). En revanche, l'emploi a fortement diminué dans la publicité et services connexes (-12 000), ainsi que dans les services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (-8 000).

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 9.2%
Salaries	↑ 0.3%
GDP	↑ 2.0%

From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 9,2 %
Rémunération	↑ 0,3 %
PIB	↑ 2,0 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Compared to the first quarter of 1998, total employment in the professional, scientific and technical services sector has risen by 78,000. Virtually all of the added jobs were full-time positions. Indeed, 87.3% of the sector's jobs are now full-time, up markedly from 83.7% just four quarters ago.
- Average wages and salaries in the business services sector edged up 0.3% this quarter. This was impressive given that average remuneration in the overall economy dipped by 0.4%. The sector's largest gains were posted in the management consulting services (+1.1%) and computer services (+1.0%) industries. Meanwhile, average remuneration dropped 2.2% in the accounting services industry.
- Comparing to four quarters ago, the business services industries' remuneration levels have risen by 2.4%, unlike in the rest of the economy where they are almost unchanged from the first quarter 1998. This could be due to the sector's shift towards more full-time positions, and fewer part-time jobs. In this period, average wages and salaries rose most significantly in accounting services (+5.5%), computer services (+5.2%), advertising services (+3.9%).
- Comparativement au premier trimestre de 1998, les effectifs dans les services professionnels, scientifiques et techniques se sont accrus de 78 000, la presque totalité de ces emplois créés étant des emplois à temps plein. De fait, 87,3 % de emplois dans ce secteur sont aujourd'hui à temps plein, ce qui est nettement supérieur au taux de 83,7 % observé il y a quatre trimestres.
- La rémunération moyenne dans le secteur des services aux entreprises a progressé de 0,3 % au premier trimestre, ce qui est appréciable compte tenu du fait que la rémunération moyenne dans l'ensemble de l'économie a régressé de 0,4 %. Les gains les plus marqués ont été enregistrés dans les secteurs des services de conseils en gestion (+1,1 %) et des services informatiques (+1,0 %). Par contre, la rémunération moyenne a chuté de 2,2 % dans les services de comptabilité.
- Depuis le premier trimestre de 1998, les taux de rémunération dans le secteur des services aux entreprises ont progressé de 2,4 %, tandis qu'ils sont restés pratiquement inchangés dans le reste de l'économie. Ces résultats pourraient s'expliquer par l'accroissement des emplois à temps plein et la réduction des emplois à temps partiel dans ce secteur. Durant cette période, les gains les plus notables au titre de la rémunération ont été observés dans les services de comptabilité (+5,5 %), les services informatiques (+5,2 %) et les services de publicité (+3,9 %).

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

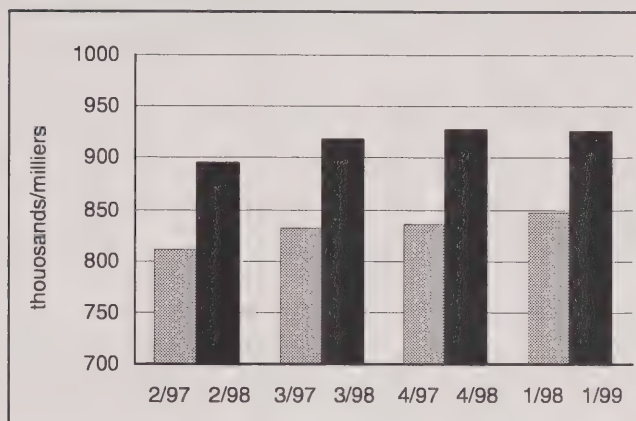


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

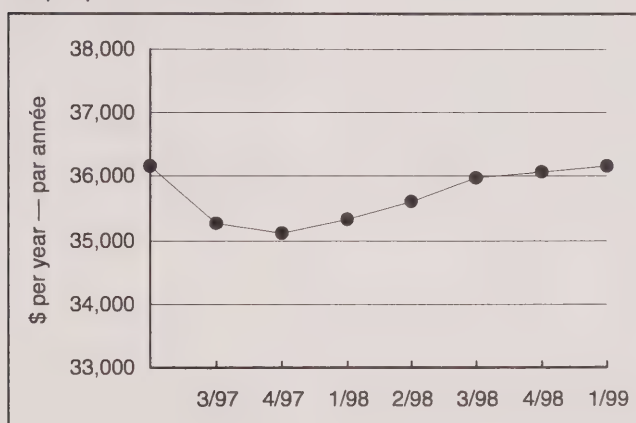


Chart C3. GDP

Graphique C3. PIB

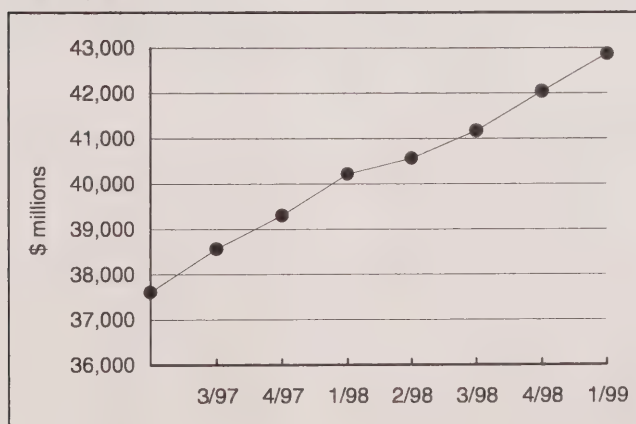


Table C1. Business services, annualized GDP at factor cost**Tableau C1. Services aux entreprises, PIB annualisé au coût des facteurs**

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Computer services	7,819	8,129	8,287	8,626	8,815	9,227	9,809	10,420	Services informatiques
Advertising services	2,083	2,106	2,161	2,276	2,273	2,287	2,296	2,322	Services de publicité
Architectural and other scientific services	8,738	9,152	9,514	9,721	9,768	9,848	9,937	9,861	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	7,535	7,573	7,519	7,540	7,606	7,507	7,421	7,583	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	11,451	11,605	11,802	12,054	12,117	12,317	12,560	12,678	Services divers aux entreprises*
Total business services	37,626	38,565	39,283	40,217	40,579	41,186	42,023	42,864	Total serv. aux entreprises
Overall economy	695,211	703,512	708,002	712,685	715,638	717,468	725,179	731,227	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique**% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre**

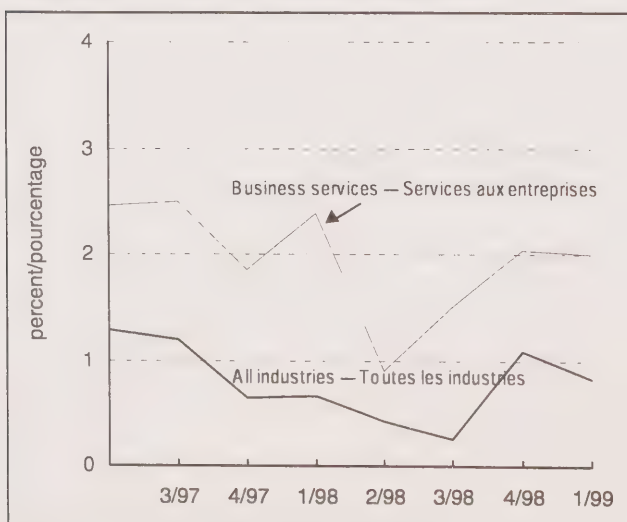
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Computer services	4.9	4.0	1.9	4.1	2.2	4.7	6.3	6.2	Services informatiques
Advertising services	4.7	1.1	2.6	5.3	-0.1	0.6	0.4	1.1	Services de publicité
Architectural and other scientific services	2.8	4.7	4.0	2.2	0.5	0.8	0.9	-0.8	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	-1.4	0.5	-0.7	0.3	0.9	-1.3	-1.1	2.2	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	2.8	1.3	1.7	2.1	0.5	1.7	2.0	0.9	Services divers aux entreprises*
Total business services	2.5	2.5	1.9	2.4	0.9	1.5	2.0	2.0	Total serv. aux entreprises
Overall economy	1.3	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	0.8	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

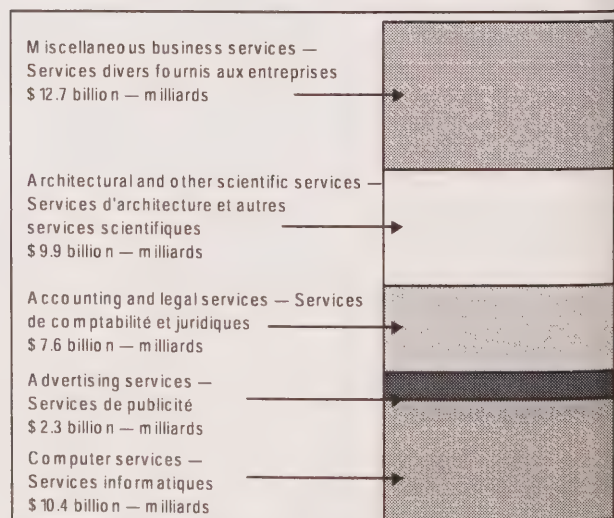
Computer services	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.4	1.4	Services informatiques
Advertising services	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	Services de publicité
Architectural and other scientific services	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	Services divers aux entreprises*
Total business services	5.4	5.5	5.5	5.6	5.7	5.7	5.8	5.9	Total serv. aux entreprises

* Includes the following SIC-E's: 771, 777 and 779.

* Comprend les groupes suivants de CTI-E : 771, 777 et 779.

Chart C4. GDP nominal growth rates**Graphique C4. Taux nominaux de croissance du PIB**

See definitions and concepts at the end of publication

Chart C5. Output of business services group of industries**Graphique C5. Production des services aux entreprises**

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C2. Professional, scientific and technical services industries, employment

Tableau C2. Services professionnels, scientifiques et techniques, emploi

	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
Employment	thousands — milliers							Emploi
Legal services	113	114	110	110	124	134	120	115
Accounting-related services	111	99	99	110	114	109	118	130
Archit./engineering services	160	164	156	146	165	174	173	172
Specialized design services	43	49	46	48	47	44	45	37
Computer systems design	161	162	175	181	177	195	202	222
Engt./sci/tech'l consulting	94	103	108	117	127	120	118	110
Scientific R&D services	18	20	21	19	17	17	17	26
Advertising services	58	65	67	63	65	67	74	62
Other prof'l/sci/tech'l services	55	56	54	55	58	58	62	53
Total	811	831	835	848	894	917	928	926
Full-time	693	710	700	710	758	789	796	808
Part-time	118	122	136	138	137	129	132	118
Self employment*	316	325	322	342	355	350	353	353

Analytical table — Tableau analytique

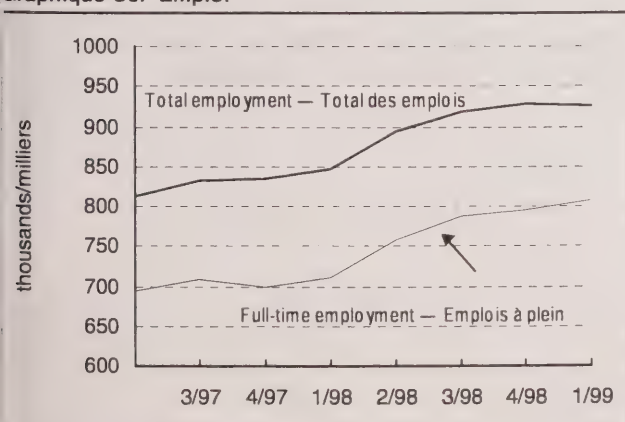
from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)								
Legal services	9.0	1.4	-4.5	-2.8	9.5	18.2	9.9	3.9	Services juridiques								
Accounting-related services	3.1	-7.1	-8.3	-5.9	3.1	9.8	19.0	18.6	Comptabilité et services connexes								
Archit./engineer. services	16.8	16.4	2.6	-4.3	3.2	6.2	10.8	18.3	Architecture/génie								
Specialized design services	-4.9	-0.6	-11.2	9.2	10.6	-9.5	-2.8	-22.9	Services spécialisés de design								
Computer systems design	30.6	20.7	34.0	24.7	10.1	20.4	15.3	22.6	Conception de syst. informatiques								
Engt./sci/tech'l consulting	7.5	12.8	7.5	19.2	35.7	16.4	9.3	-5.8	Conseils en gestion, scient. et tech.								
Scientific R&D services	44.6	51.1	20.8	6.2	-5.7	-16.4	-18.2	36.2	Services de R&D scientifiques								
Advertising services	-7.1	0.6	22.9	29.4	13.0	2.2	10.8	-1.9	Publicité								
Other prof'l/sci/tech'l services	-3.5	2.8	17.2	22.1	5.6	3.4	13.4	-3.3	Autres serv. prof., scient. et tech.								
Total	10.4	8.5	7.7	8.6	10.2	10.3	11.1	9.2	Total								
Full-time	9.8	8.4	7.1	6.9	9.3	11.1	13.7	13.8	Plein temps								
Part-time	14.1	9.1	11.4	18.8	15.7	5.5	-2.5	-14.3	Temps partiel								
Self employment*	19.1	19.2	13.9	12.6	12.5	7.7	9.8	3.5	Travail autonome*								

Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie globale (%)								
Total	1.8	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	Total								
Full-time	1.9	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	Plein temps								
Part-time	1.7	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	Temps partiel								
Self employment	11.9	11.9	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	Travail autonome								

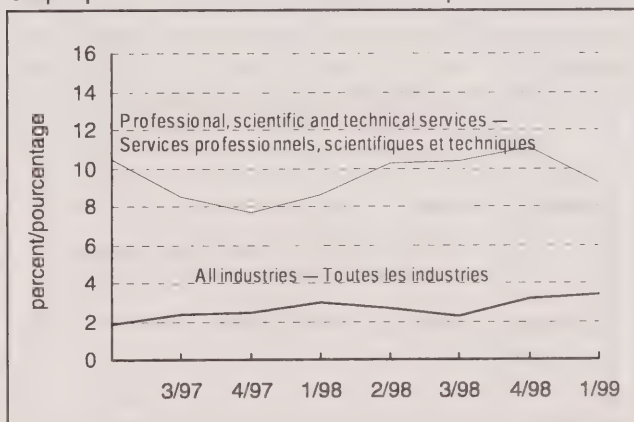
The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart C6. Employment¹Graphique C6. Emploi¹

The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

See definitions and concepts at the end of publication

Chart C7. Employment growth rates²Graphique C7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

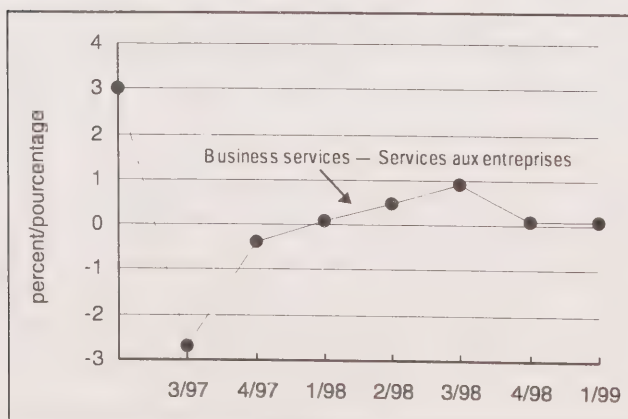
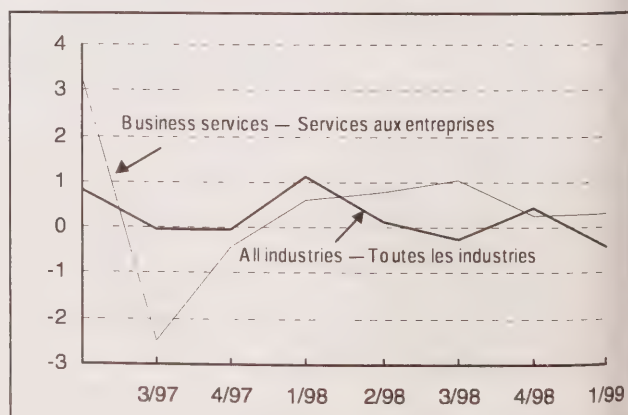
Table C3. Business services, average wages and salaries

Tableau C3. Services aux entreprises, rémunération

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
	current dollars per year — dollars courants par année								
All employees									Employés
Computer services	47,374	45,811	45,983	45,702	46,262	47,579	47,611	48,076	Services informatiques
Accounting services	33,787	33,360	33,470	32,271	34,014	34,632	34,821	34,047	Services de comptabilité
Advertising services	33,493	32,121	31,670	31,085	31,196	31,562	32,074	32,287	Services de publicité
Archit./engin. services	46,203	44,541	44,282	44,762	44,426	44,212	44,377	44,439	Services d'arch./d'ingén.
Lawyers and notaries	36,255	34,699	35,000	35,482	35,854	36,800	37,059	36,781	Avocats et notaires
Employment agencies	25,153	24,940	24,435	24,726	25,313	25,360	25,506	25,291	Bureaux de placement
Mngt. consulting services	37,780	36,050	36,277	37,388	37,226	37,187	37,253	37,678	Bur. de conseils en gestion
Other business services	28,023	27,905	27,607	27,757	27,624	27,920	27,728	27,852	Autres serv. aux entreprises
Total	36,158	35,261	35,114	35,334	35,604	35,968	36,060	36,176	Total
Overall economy	31,182	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,473	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

Rates of change (%)		from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Taux de variation (%)	
Computer services	4.0	-3.3	0.4	-0.6	1.2	2.8	0.1	1.0		Services informatiques	
Accounting services	8.7	-1.3	0.3	-3.6	5.4	1.8	0.5	-2.2		Services de comptabilité	
Advertising services	-2.1	-4.1	-1.4	-1.8	0.4	1.2	1.6	0.7		Services de publicité	
Archit./engin. services	1.6	-3.6	-0.6	1.1	-0.8	-0.5	0.4	0.1		Services d'arch./d'ingén.	
Lawyers and notaries	5.1	-4.3	0.9	1.4	1.0	2.6	0.7	-0.8		Avocats et notaires	
Employment agencies	5.1	-0.8	-2.0	1.2	2.4	0.2	0.6	-0.8		Bureaux de placement	
Mngt. consulting services	2.7	-4.6	0.6	3.1	-0.4	-0.1	0.2	1.1		Bur. de conseils en gestion	
Other business services	2.4	-0.4	-1.1	0.5	-0.5	1.1	-0.7	0.4		Autres serv. aux entreprises	
Total	3.3	-2.5	-0.4	0.6	0.8	1.0	0.3	0.3		Total	
CPI-adjusted rates of change (%)										Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Computer services	3.7	-3.5	0.4	-1.1	1.0	2.7	-0.1	0.7		Services informatiques	
Accounting services	8.4	-1.5	0.4	-4.1	5.1	1.7	0.4	-2.5		Services de comptabilité	
Advertising services	-2.4	-4.3	-1.3	-2.4	0.1	1.1	1.5	0.4		Services de publicité	
Archit./engin. services	1.3	-3.8	-0.5	0.5	-1.0	-0.6	0.2	-0.1		Services d'arch./d'ingén.	
Lawyers and notaries	4.7	-4.5	0.9	0.8	0.8	2.5	0.5	-1.0		Avocats et notaires	
Employment agencies	4.8	-1.1	-2.0	0.6	2.1	0.1	0.4	-1.1		Bureaux de placement	
Mngt. consulting services	2.4	-4.8	0.7	2.5	-0.7	-0.2	0.0	0.9		Bur. de conseils en gestion	
Other business services	2.1	-0.7	0.1	0.0	-0.7	1.0	-0.9	0.2		Autres serv. aux entreprises	
Total	3.0	-2.7	-0.4	0.1	0.5	0.9	0.1	0.1		Total	
Nominal growth rates (%)										Taux nom. de variation (%)	
Overall economy	0.8	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4		Économie totale	

Chart C8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique C8. Taux de croissance réels (ajustés selon l'IPC)Chart C9. Nominal wage and salary growth rates
Graphique C9. Taux nominaux de croissance

**Accommodation and
Food Services Industries**

**Hébergement et services
de restauration**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

D. Accommodation and Food Services Industries

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Accommodation and Food Services section covers establishments that are primary engaged in providing short-term lodging and complementary services to travellers and vacationers in facilities such as hotels and motels. This sector also comprises establishments that mainly prepare meals, snacks and beverages, to customer order, for immediate consumption.

Compared to the corresponding section of previous *Services Indicators*, this section required only slight modifications due to the fact that the industry's coverage under NAICS closely resembles that which was offered under the SIC-based coding structure.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

D. Hébergement et services de restauration

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de l'hébergement et des services de restauration comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir de l'hébergement de courte durée et des services complémentaires à des voyageurs et des vacanciers dans des installations telles que des hôtels et des motels. Ce secteur comprend aussi les établissements dont l'activité principale consiste à préparer des repas, des repas légers et des boissons commandés par les clients pour consommation immédiate.

Comparativement à la section correspondante des numéros précédents d'*Indicateurs des services*, la présente section ne comporte que de légères modifications, car la couverture du secteur est presque la même aux termes du SCIAN que selon la CTI.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Accommodation Services (NAICS 721)

9111 Hotels & Motor Hotels
 9112 Motels
 9113 Tourist Courts & Cabins
 9114 Guest Houses & Tourist Homes
 9121 Lodging Houses & Residential Clubs
 9131 Camping Grounds & Travel Trailer Parks
 9141 Outfitters (Hunting & Fishing Camps)
 9149* Other Recreation & Vacation Camps

Full-Service Restaurants (NAICS 722)

9211* Restaurants, Licensed
 9212 Restaurants, Unlicensed (Incl Drive-Ins)
 9213 Take-Out Food Services
 9214 Caterers
 9221 Taverns, Bars & Night Clubs

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)**Traveler Accommodation Services (91)**

- Hotels, Motels and Tourist Courts (911)
- Lodging Houses and Residential Clubs (912)
- Camping Grounds and Travel Trailer Parks (913)
- Recreation and Vacation Camps (914)

Food and Beverage Services Industries (92)

- Food Services (921)
- Taverns, Bars and Nightclubs (922)

Services d'hébergement (SCIAN 721)

Q9111 Hôtels et auberges routières
 Q9112 Motels
 Q9113 Camps et cabines pour touristes
 Q9114 Petits hôtels
 Q9121 Pensions de famille et hôtels privés
 Q9131 Terrains de camping et parcs à roulotte
 Q9141 Camps de chasse et de pêche
 Q9149* Autres camps de vacances

Services de restauration et débits de boissons (SCIAN 722)

Q9211* Restaurants avec permis de boissons
 Q9212 Restaurants sans permis de boissons (y compris les restovolants)
 Q9213 Services de mets à emporter
 Q9214 Traiteurs
 Q9221 Tavernes, bars et boîtes de nuit

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)**Services d'hébergement des voyageurs (91)**

- Hôtels, motels et camps pour touristes (911)
- Pensions de famille et hôtels privés (912)
- Terrains de camping et parcs à roulotte (913)
- Camps de vacances (914)

Industries de la restauration (92)

- Services de restauration (921)
- Tavernes, bars et boîtes de nuit (922)

Accommodation and Food Services Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- Output in the traveler accommodation services industry shrank by 1.5% this quarter, after having grown by 4.1% in the fourth quarter of 1998. Meanwhile, the food and beverage services industry's GDP rose by 0.7%, a rate closely resembling that for the overall economy.
- Having declined in three of the last four quarters, accommodation services industry output was 1.7% lower this quarter than in the first quarter of 1998. Meanwhile, food and beverage services industry output rose by just 0.3%. These growth rates were well below that for the overall economy, which expanded its output by 2.6% over the past year.
- Lower output in accommodation services may have prompted some job losses, as industry employment declined from 184,000 to 175,000. Furthermore, relative to the first quarter of 1998, the accommodation services workforce is now 4.4% smaller. By comparison, employment in the overall economy expanded by 3.4% over the same one-year period.
- For six consecutive quarters, employment levels have been fairly stable in restaurants and other food services. Although the industry shed 4,000 jobs this quarter, employment is now 0.9% higher than it was four quarters ago. However, there have been sizeable job losses in taverns, bars and nightclubs. Employment in this industry dropped by 8.9% this quarter. Moreover, since the first quarter of 1998, 19.6% of the industry's jobs have been lost.
- Following declines in five of the six previous quarters, average wages and salaries in traveler accommodations services rose by 1.5% in the first quarter of 1999. Despite the recent increase, average remuneration in this industry remains 5.1% lower than it was in the second quarter of 1997.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↓ 1.3%
GDP	↑ 0.0%

* From same quarter last year.

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- La production dans les services d'hébergement de voyageurs a diminué de 1,5 % au présent trimestre, après avoir fait un bond de 4,1 % au quatrième trimestre de 1998. Durant la même période, le PIB du secteur des services de restauration a augmenté de 0,7 %, soit un taux comparable à la croissance de l'ensemble de l'économie.
- Les baisses observées dans le secteur des services d'hébergement durant trois des quatre derniers trimestres porte à 1,7 % le recul enregistré depuis le premier trimestre de 1998. Dans les services de restauration, la production a augmenté d'un maigre 0,3 %, ce qui est nettement inférieur au taux de croissance de l'ensemble de l'économie au cours de la dernière année (2,6 %).
- La diminution de la production dans les services d'hébergement pourrait être à l'origine de certaines pertes d'emplois, dont le nombre est passé de 184 000 à 175 000. Depuis le premier trimestre de 1998, les effectifs ont été réduits de 4,4 %. À l'opposé, l'emploi dans l'ensemble de l'économie a progressé de 3,4 % durant cette même période.
- Pendant six trimestres consécutifs, les niveaux d'emploi sont demeurés relativement stables dans les restaurants et autres services de restauration et, malgré la perte de 4 000 emplois au présent trimestre, l'emploi est en hausse de 0,9 % par rapport au premier trimestre de 1998. Cependant, des pertes d'emplois importantes ont été observées dans les brasseries, les bars et les boîtes de nuit. Dans ce secteur, l'emploi a diminué de 8,9 % au présent trimestre et de 19,6 % depuis le premier trimestre de 1998.
- Après avoir diminué pendant cinq des six derniers trimestres, la rémunération moyenne dans les services d'hébergement des voyageurs s'est accrue de 1,5 % au premier trimestre de 1999. En dépit de cette récente hausse, la rémunération moyenne dans ce secteur demeure 5,1 % inférieure à ce qu'elle était au deuxième trimestre de 1997.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↓ 1,3 %
PIB	↑ 0,0 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

Average remuneration in the food and beverage services industry fell 0.9% this quarter. Yet, the industry's average wage and salary is now 2.7% higher than it was four quarters ago. This increase may be due a shift away from part-time employment, as the proportion of the industry's jobs that are full-time rose from 53.1% in the first quarter of 1998 to 56.1% this quarter.

- Dans les services de restauration, la rémunération moyenne a diminué de 0,9 % au premier trimestre. Malgré ce recul, la rémunération moyenne dans ce secteur affiche un gain de 2,7 % par rapport au premier trimestre de 1998. Cette augmentation pourrait s'expliquer par un changement en faveur des emplois à temps plein, la proportion des emplois à temps plein étant passée de 53,1 % au premier trimestre de 1998 à 56,1 %, ce trimestre-ci.

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment

Graphique D1. Emploi

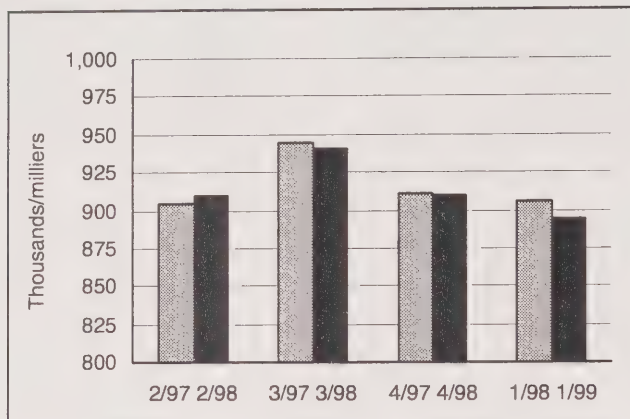


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

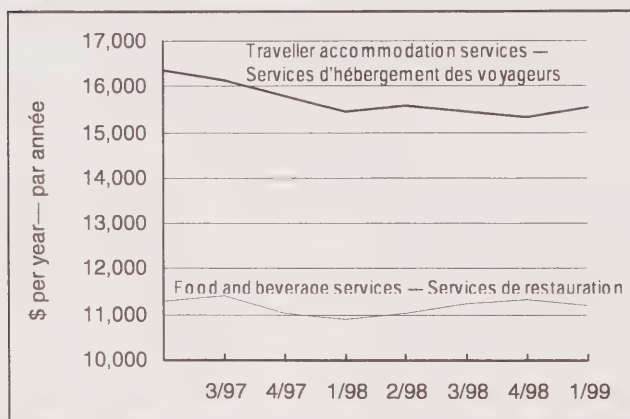


Chart D3. Real GDP

Graphique D3. PIB réel

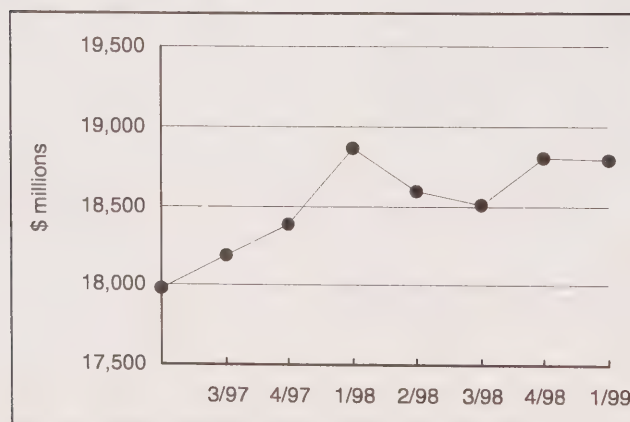


Table D1. Travel accommodation and food services, annualized GDP at factor cost

Tableau D1. Services d'hébergement des voyageurs et de restauration, PIB annualisé au coût des facteurs

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Accommodation services	5,920	5,875	5,970	6,252	6,091	5,998	6,243	6,147	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	12,062	12,313	12,412	12,606	12,499	12,509	12,554	12,642	Services de restauration
Travel accommodation and food services	17,982	18,188	18,382	18,858	18,590	18,507	18,797	18,789	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	695,211	703,512	708,002	712,685	715,638	717,468	725,179	731,227	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rate of change (%)									Taux de variation (%)
Accommodation services	1.6	-0.8	1.6	4.7	-2.6	-1.5	4.1	-1.5	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	1.7	2.1	0.8	1.6	-0.8	0.1	0.4	0.7	Services de restauration
Travel accommodation and food services	1.7	1.1	1.1	2.6	-1.4	-0.4	1.6	0.0	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	1.3	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	0.8	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Accommodation services	0.85	0.84	0.84	0.88	0.85	0.84	0.86	0.84	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	1.74	1.75	1.75	1.77	1.75	1.74	1.73	1.73	Services de restauration
Travel accommodation and food services	2.59	2.59	2.60	2.65	2.60	2.58	2.59	2.57	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration

Chart D4. GDP nominal growth rates

Graphique D4. Taux nominaux de croissance du PIB

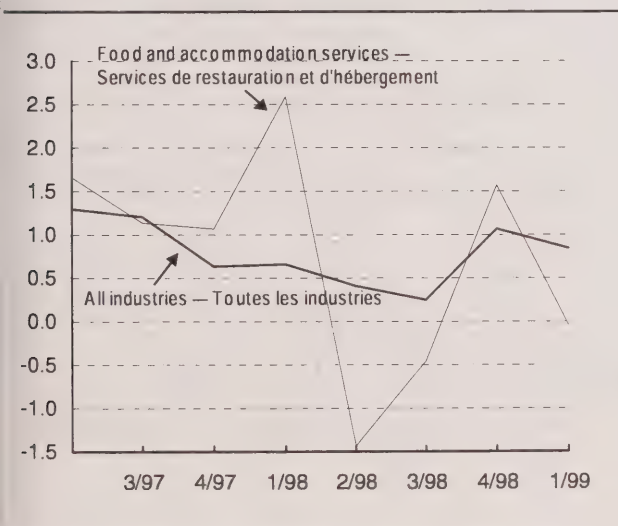


Chart D5. Output of food and accommodation services industries

Graphique D5. Production des industries de la restauration et de l'hébergement

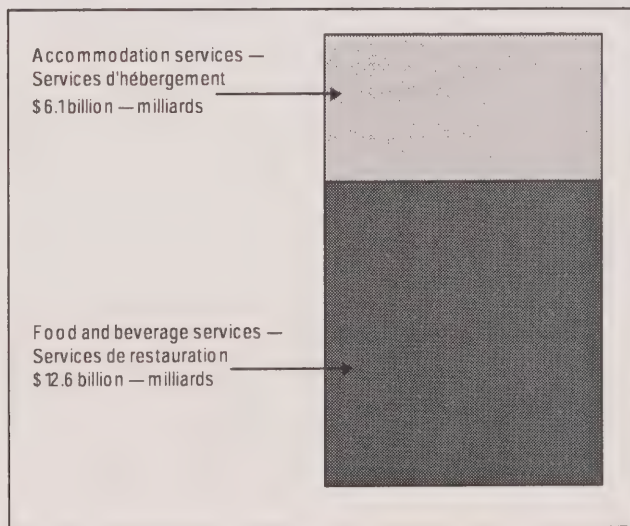


Table D2. Accommodation and food services industries, employment

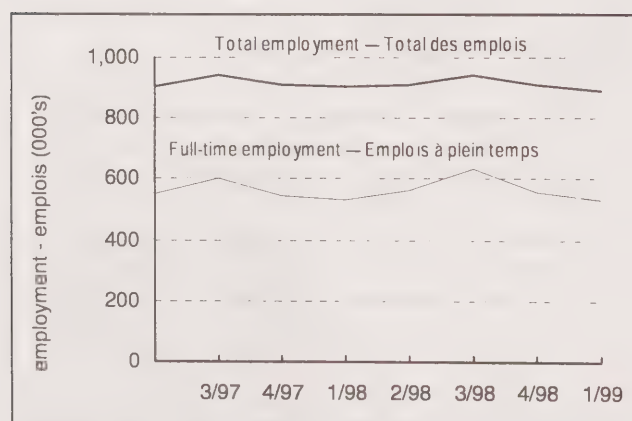
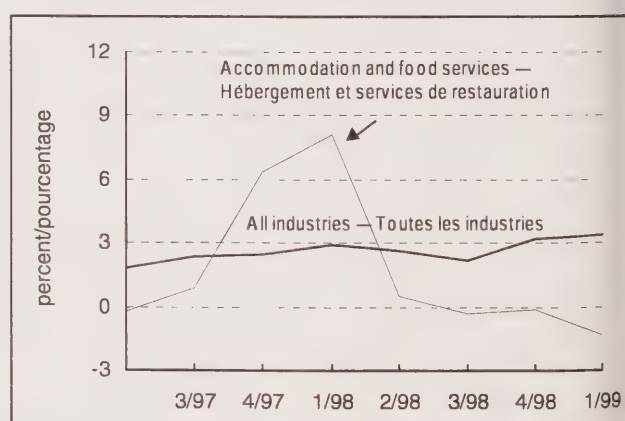
Tableau D2. Hébergement et services de restauration emploi

	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
	thousands — milliers							
Employment								Emploi
Accommodation services	196	225	191	183	192	224	184	175
Restaurants/other food services	665	673	674	672	675	675	682	678
Drinking places (alcoholic beverage)	44	47	46	51	43	42	45	41
Total	905	944	911	906	909	941	910	894
Full-time	549	604	547	531	562	636	557	532
Part-time	355	340	365	374	347	305	354	362

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)								Taux de variation (%)
Accommodation services	9.1	5.8	13.1	11.2	-1.7	-0.2	-3.9	-4.6
Restaurants/other food services	-2.4	-0.9	4.1	6.3	1.4	0.4	1.1	0.9
Drinking places (alcoholic beverage)	-3.3	4.0	14.8	21.8	-2.5	-11.5	-2.4	-19.1
Total	-0.2	0.9	6.4	8.1	0.5	-0.3	-0.1	-1.3
Full-time	-1.8	-3.5	3.9	8.5	2.4	5.3	1.8	0.1
Part-time	2.4	9.7	10.3	7.5	-2.4	-10.3	-3.0	-3.3
Overall economy growth rates (%)								Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	1.8	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4
Full-time	1.9	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5
Part-time	1.7	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7

Chart D6. Employment¹Graphique D6. Emploi¹Chart D7. Employment growth rates²Graphique D7. Taux de croissance de l'emploi²

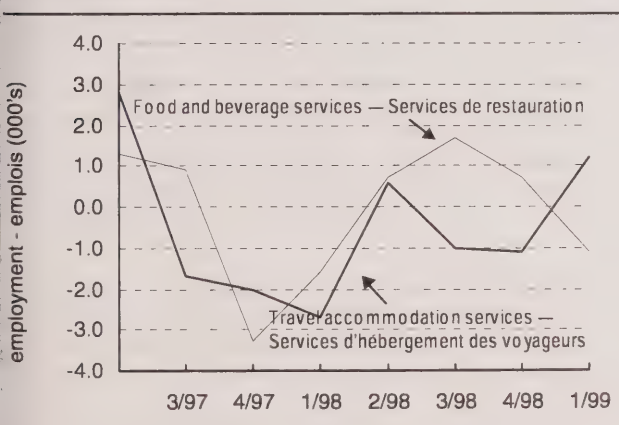
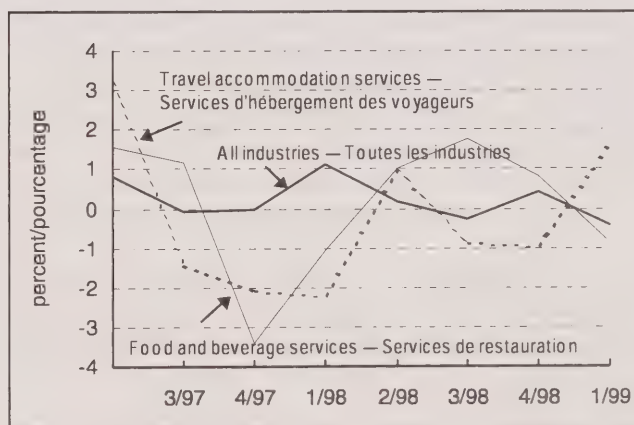
¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table D3. Travel accommodation and food services, average wages and salaries

Tableau D3. Services de restauration et d'hébergement, rémunération

1997				1998				1999	
II		III	IV	I	II	III	IV	I	
current dollars per year — dollars courants par année									
Employees				Tous les employés					
Travel accommodation services				Services d'hébergement des voyageurs					
16,367	16,134	15,801	15,451	15,591	15,453	15,307	15,536		
Food and beverage services				Services de restauration					
11,292	11,422	11,036	10,920	11,030	11,224	11,315	11,218		
Overall economy				Économie totale					
31,182	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,473		
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)				Taux de variation (%)					
Travel accommodation services				Services d'hébergement des voyageurs					
3.1	-1.4	-2.1	-2.2	0.9	-0.9	-0.9	1.5		
Food and beverage services				Services de restauration					
1.6	1.2	-3.4	-1.1	1.0	1.8	0.8	-0.9		
PI-adjusted rates				Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)					
Change (%)									
Travel accommodation services				Services d'hébergement des voyageurs					
2.8	-1.7	-2.0	-2.7	0.6	-1.0	-1.1	1.2		
Food and beverage services				Services de restauration					
1.3	0.9	-3.3	-1.6	0.7	1.7	0.7	-1.1		
Nominal growth rates (%)				Taux de croissance nominaux (%)					
Overall economy				Économie totale					
0.8	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4		

Chart D8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique D8. Taux de variation réels (ajustés selon l'IPC) de la rémunérationChart D9. Wage and salary growth rates¹Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Arts, Entertainment and
Recreation Services
Industries**

**Arts, spectacles
et loisirs**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

E. Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

E. Arts, spectacles et loisirs

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

Under NAICS there is a considerable improvement in coverage of the arts, entertainment and recreation services industries, with a sizeable expansion in the number of industries covered. Hence, this section was created. The Arts, Entertainment and Recreation industries encompass establishments primarily engaged in operating facilities or providing services to meet the cultural, entertainment and recreational interests of their patrons.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le SCIAN a permis d'améliorer considérablement la couverture du secteur des arts, des spectacles et des loisirs grâce à une forte augmentation du nombre de branches d'activité étudiées, qui a justifié la création de ce nouveau secteur. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs comprend les établissements dont l'activité principale consiste à exploiter des installations ou à fournir des services répondant aux intérêts de leurs clients en matière de culture, de divertissement et de loisir.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Performing Arts, Spectator Sports and Related Industries (NAICS 711)

M7799* Other Business Services n.e.c.
 Q9211* Restaurants, Licensed
 R9611* Motion Picture & Video Production
 R9631 Entertainment Prod. Companies and Artists
 R9639* Other Theatrical & Staged Ent. Services
 R9641 Professional Sports Clubs
 R9642* Prof. Athletes & Promoters
 R9643 Horse Race Tracks
 R9644 Other Race Tracks
 R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
 R9699* Other Amusement & Recreational Services
 R9999* Other Services n.e.c.

Heritage Institutions (NAICS 712)

O8551* Museums & Archives
 R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
 R9694* Coin-Operated Amusement Services
 R9696 Botanical & Zoological Gardens
 R9699* Other Amusement & Recreational Services

Amusement, Gambling and Recreation Activities (NAICS 713)

G4513* Non-Scheduled Air Transport (Rec. flying clubs)
 Q9149* Other Recreation & Vacation Camps
 R9651* Golf Courses
 R9652 Curling Clubs
 R9653* Skiing Facilities
 R9654* Boat Rentals & Marinas
 R9659* Other Sports & Recreation Clubs
 R9661 Gambling Operations
 R9691 Bowling Alleys & Billiard
 R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
 R9693* Dance Halls, Studios & Schools
 R9694 Coin-Operated Amusement Services
 R9695 Roller Skating Facilities
 R9699* Other Amusement & Recreational Services
 R9799* Other Personal & Household Services n.e.c.

Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes (SCIAN 711)

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
 Q9211* Restaurants avec permis de boissons
 R9611* Production de films et de matériel visuel
 R9631 Agences de spectacles et artistes
 R9639* Autres théâtres et spectacles
 R9641 Clubs sportifs professionnels
 R9642* Athlètes professionnels et promoteurs indépendants
 R9643 Hippodromes
 R9644 Autres champs de course
 R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
 R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.
 R9999* Autres services n.c.a.

Établissements du patrimoine (SCIAN 712)

O8551* Musées et archives
 R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
 R9694* Jeux automatiques
 R9696 Jardins botaniques et zoologiques
 R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

Divertissement, loisirs et jeux du hasard et loteries (SCIAN 713)

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)
 Q9149* Autres camps de vacances
 R9651* Clubs de golf
 R9652 Clubs de curling
 R9653* Installations de ski
 R9654* Location de bateaux et ports de plaisance
 R9659* Autres clubs sportifs et services de loisir
 R9661 Loteries et jeux de hasard
 R9691 Salles de quilles et salles de billard
 R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
 R9693* Salles, studios et écoles de danse
 R9694 Jeux automatiques
 R9695 Pistes de patinage à roulettes
 R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.
 R9799* Autres services professionnels et domestiques n.c.a.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Amusement and Recreation Services (96)

- Motion Picture, Audio and Video Production and Distribution (961)
- Motion Picture Exhibition (962)
- Theatrical and other Staged Entertainment Services (963)
- Commercial Spectator Sports (964)
- Sports and Recreation Clubs and Services (965)
- Gambling Operations (966)
- Other Amusement and Recreation Services (969)

Personal and Household Services (97)

- Barber and Beauty Shops (971)
- Laundries and Cleaners (972)
- Funeral Services (973)
- Private Households (974)
- Other Personal and Household Services (979)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services de divertissement et de loisir (96)

- Production et distribution de films et de matériel audiovisuel (961)
- Projection de films cinématographiques (962)
- Théâtres et autres spectacles (963)
- Sports commerciaux (964)
- Clubs sportifs et services de loisir (965)
- Loteries et jeux de hasard (966)
- Autres services de divertissement et de loisir (969)

Services personnels et domestiques (97)

- Salons de coiffure et salons de beauté (971)
- Services de blanchissage et de nettoyage à sec (972)
- Pompes funèbres (973)
- Ménages (974)
- Autres services personnels et domestiques (979)

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- Output for the amusement and recreation services industries rose by 1.0% this quarter. These industries have enjoyed robust output growth for several consecutive quarters. Indeed, this quarter's GDP was 3.9% higher than that recorded in the first quarter of 1998. By contrast, output in the overall economy rose by 2.6% over the same one-year period.
- Employment in the arts, entertainment and recreation services industries increased by 5,000 this quarter. However, all of the added jobs were part-time positions. Compared to the first quarter of 1998, the workforce of the arts, entertainment and recreation services industries has grown by 3.2%, with 2,000 of the 7,000 new jobs yielding full-time hours.
- Relative to the first quarter of 1998, employment growth (+28.3%) has been highest in the amusement parks, arcades and other recreation industries category. However, over two-thirds of the 22,000 jobs added in these industries were part-time positions. Meanwhile, there was a sharp 17.5% drop over the past year in employment in performing arts, spectator sports and related industries. About 7,000 of the 18,000 lost jobs were full-time positions.
- Average annual wages and salaries in the amusement and recreation services industry rose by 1.9% this quarter, even though average remuneration in the overall economy fell 0.4%. Nevertheless the average annual wage and salary in the amusement and recreation services industry (\$20,702) is still less than two-thirds the average remuneration posted in the entire economy (\$31,473).

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 3.2%
GDP	↑ 0.5%

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- La production dans les services de divertissement et de loisirs s'est accrue de 1,0 % au premier trimestre, cette hausse s'inscrivant dans la forte tendance à la hausse observée depuis plusieurs trimestres consécutifs. De fait, le PIB a fait un bond de 3,9 % depuis le premier trimestre de 1998. Par comparaison, la production de l'ensemble de l'économie a augmenté de 2,6 % durant la même période d'un an.
- Au premier trimestre, les emplois dans les arts, les spectacles et les loisirs ont augmenté de 5 000; cependant, tous ces emplois créés sont des emplois à temps partiel. Depuis le premier trimestre de 1998, les effectifs dans les arts, les spectacles et les loisirs ont augmenté de 3,2 %, 2 000 de ces 7 000 nouveaux emplois étant à temps plein.
- Depuis le premier trimestre de 1998, c'est dans le secteur des parcs d'attractions, des salles de jeux électroniques et autres services de loisirs que la croissance de l'emploi a été la plus forte (+28,3 %). Cependant, plus des deux tiers des 22 000 emplois créés dans ces secteurs sont des emplois à temps partiel. Durant cette même période, les effectifs dans les arts d'interprétation, les sports-spectacles et autres activités connexes ont été réduits de 17,5 % et environ 7 000 des 18 000 emplois perdus étaient à temps plein.
- La rémunération annuelle moyenne dans les services de divertissement et de loisirs a augmenté de 1,9 % au premier trimestre, alors que la rémunération moyenne dans l'ensemble de l'économie a reculé de 0,4 %. Malgré cette hausse, la rémunération annuelle moyenne dans les services de divertissement et de loisirs (20 702 \$) correspond toujours à moins des deux tiers de la rémunération moyenne pour l'ensemble de l'économie (31 473 \$).

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 3,2 %
PIB	↑ 0,5 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

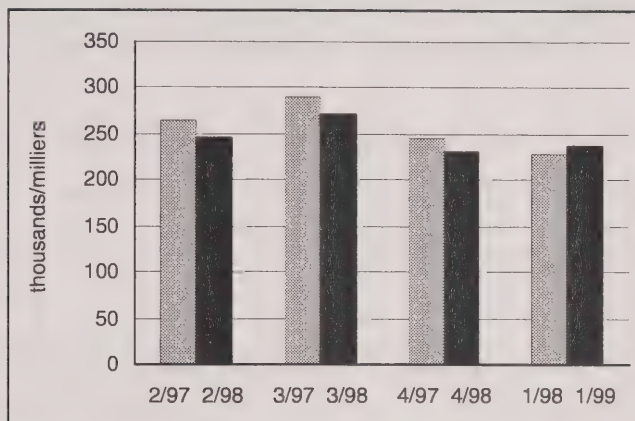


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

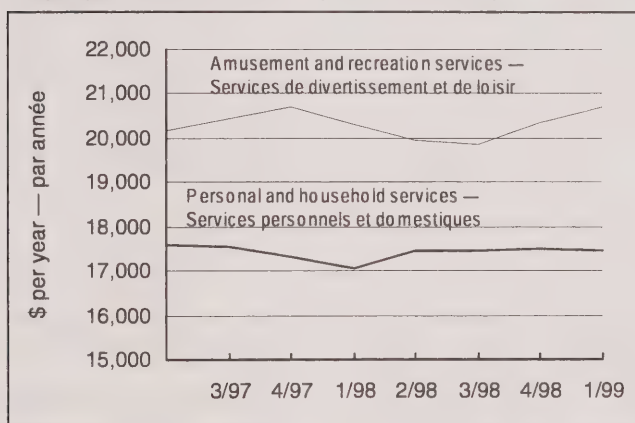
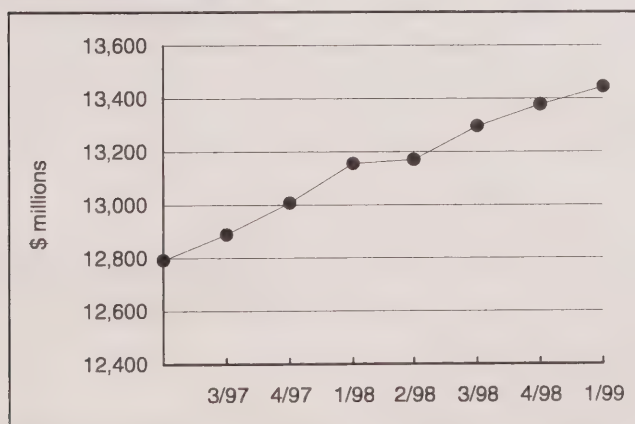


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel



**Table E1. Leisure and personal services, annualized
GDP at factor cost****Tableau E1. Divertissements et services personnels,
PIB annualisé au coût des facteurs**

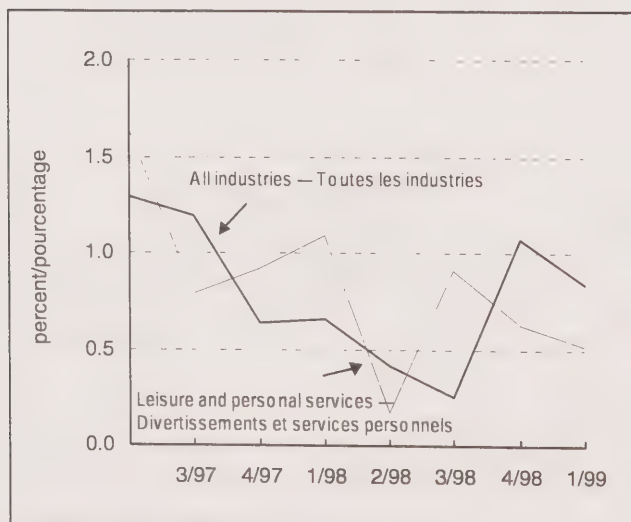
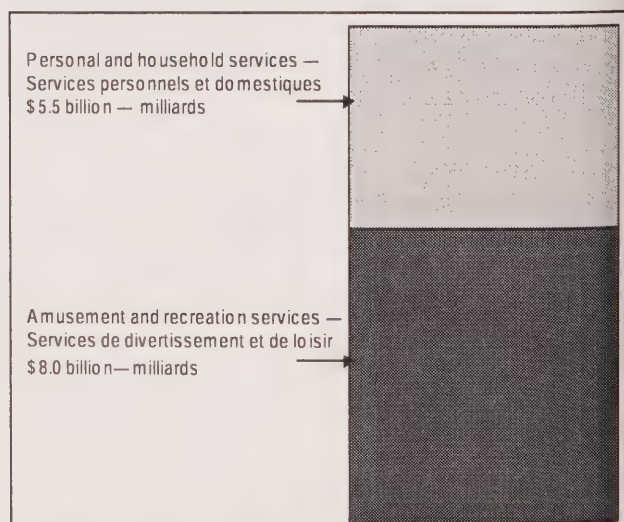
	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								
Annualized GDP (s.a.)								PIB annualisé (dés.)
Amusement and recreation services	7,377	7,466	7,619	7,672	7,688	7,771	7,897	7,973
Personal and household services	5,413	5,425	5,391	5,480	5,486	5,523	5,480	5,473
Total leisure and personal services	12,790	12,891	13,010	13,152	13,174	13,294	13,377	13,446
Overall economy	695,211	703,512	708,002	712,685	715,638	717,468	725,179	731,227

Analytical table — Tableau analytique**% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre**

Rates of change (%)								Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	2.3	1.2	2.0	0.7	0.2	1.1	1.6	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.8	0.2	-0.6	1.7	0.1	0.7	-0.8	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.6	0.8	0.9	1.1	0.2	0.9	0.6	Total divertissements et services personnels
Overall economy	1.3	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

Amusement and recreation services	1.06	1.06	1.08	1.08	1.07	1.08	1.09	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.78	0.77	0.76	0.77	0.77	0.77	0.76	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.84	1.83	1.84	1.85	1.84	1.85	1.84	Total divertissements et services personnels

Chart E4. GDP nominal growth rates**Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart E5. Output of leisure and personal services industries****Graphique E5. Production du groupe des divertissements et services personnels**

See definitions and concepts at the end of publication

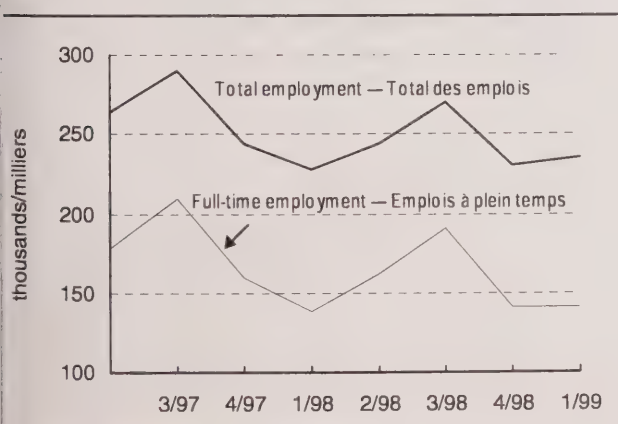
Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table E2. Arts, entertainment and recreation services industries, employment
Tableau E2. Arts, spectacles et loisirs, emploi

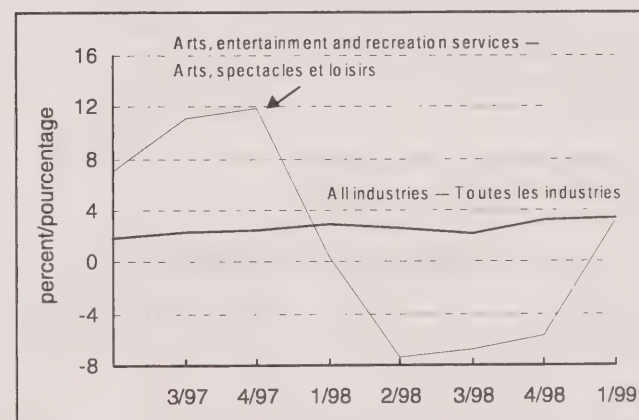
	1997			1998				1999
	II	III	IV	I	II	III	IV	I
	thousands — milliers							
Employment								Emploi
performing arts, spectator sports and related industries	93	98	105	103	102	102	92	85
heritage institutions	21	32	18	13	18	23	15	14
gambling industries	38	32	31	34	33	34	35	37
amusement parks, arcades and other recreation	112	129	91	78	92	112	88	100
Total	264	290	245	229	245	270	231	236
Full-time	178	209	160	139	162	190	142	141
Part-time	86	81	85	90	82	80	89	95

Analytical table — Tableau analytique
from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)								Taux de variation (%)	
performing arts, spectator sports and related industries								Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes	
heritage institutions								Établissements du patrimoine	
gambling industries								Jeux de hasard et loteries	
amusement parks, arcades and other recreation								Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements	
Total	7.0	11.1	11.8	0.4	-7.4	-6.9	-5.7	3.2	Total
Full-time	6.6	9.6	12.5	-3.7	-8.9	-9.0	-11.4	1.9	Plein temps
Part-time	7.8	15.3	10.6	7.4	-4.2	-1.4	5.1	5.3	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)								Taux de croissance de l'économie totale (%)	
Total	1.8	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	Total
Full-time	1.9	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	Plein temps
Part-time	1.7	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	Temps partiel

Chart E6. Employment¹
Graphique E6. Emploi¹


The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart E7. Employment growth rates²
Graphique E7. Taux de croissance de l'emploi²


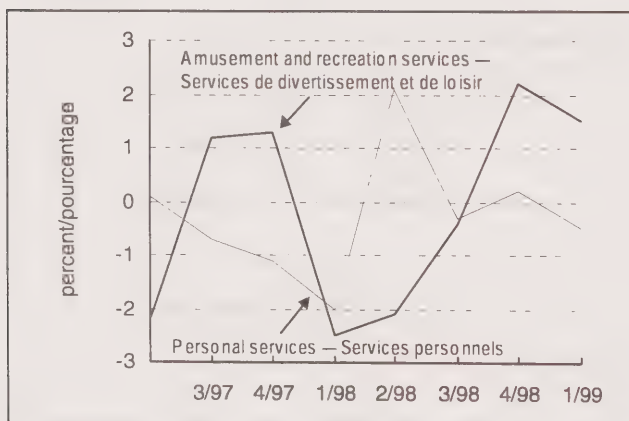
² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table E3. Leisure and personal services, average wages and salaries**Tableau E3. Divertissements et services personnels rémunération**

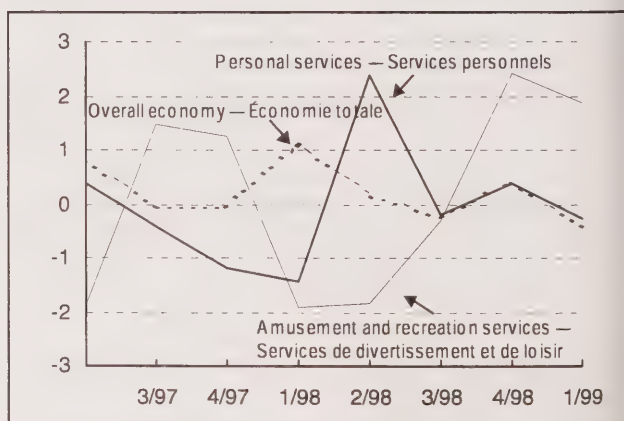
1997				1998				1999	
II	III	IV		I	II	III	IV	I	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees								Tous les employés	
Amusement and recreation services	20,155	20,451	20,704	20,305	19,930	19,865	20,345	20,702	Services de divertissement et de loisir
Personal services	17,598	17,523	17,315	17,064	17,468	17,434	17,500	17,455	Services personnels
Overall economy	31,182	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,473	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)								Taux de variation (%)	
Amusement and recreation services	-1.9	1.5	1.2	-1.9	-1.8	-0.3	2.4	1.9	Services de divertissement et de loisir
Personal services	0.4	-0.4	-1.2	-1.4	2.4	-0.2	0.4	-0.3	Services personnels
CPI-adjusted rates of change (%)								Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Amusement and recreation services	-2.2	1.2	1.3	-2.5	-2.1	-0.4	2.2	1.5	Services de divertissement et de loisir
Personal services	0.1	-0.7	-1.1	-2.0	2.1	-0.3	0.2	-0.5	Services personnels
Nominal growth rates (%)								Taux de croissance nominaux (%)	
Overall economy	0.8	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	Économie totale

Chart E8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in leisure and personal services industries

Graphique E8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les divertissements et services personnels

**Chart E9. Wage and salary growth rates in leisure and personal services industries¹**

Graphique E9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

Other Services Industries

Autres services

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

F. Other Services Industries

F. Autres Services

Note to Users:

This section offers employment data for some service industries not covered in the previous industry sections. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. Remuneration data and gross domestic product figures will later be added to this section when they become available on a NAICS-coded basis. This section broadly covers the following services industries, some of which have not been traditionally covered in *Services Indicators*:

Real Estate and Rental and Leasing Services (NAICS 53)

Management of Companies and Enterprises (NAICS 55)

Administrative and Support, Waste Management and Remediation Services (NAICS 56)

Educational Services (NAICS 61)

Health Care and Social Assistance Services (NAICS 62)

Repair, Maintenance, Personal, Laundry and Other Services (NAICS 81)

Note aux utilisateurs :

La présente section contient des données sur l'emploi pour les branches de certains services que ne couvrent pas les secteurs décrits dans les sections qui précèdent. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. On ajoutera plus tard les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut à cette section dès qu'elles seront produites en se fondant sur le SCIAN. Cette section décrit, de façon générale, les services ci-après, qui ne figuraient pas tous auparavant dans *Indicateurs des services* :

Services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53)

Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55)

Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56)

Services d'enseignement (SCIAN 61)

Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62)

Réparation, entretien, service personnel, blanchisseries et autres services (SCIAN 81)

Table F1. Other services industries, employment

Tableau F1. Autres services, emploi

	1997			1998				1999	
	II	III	IV	I	II	III	IV	I	
	thousands — milliers								
employment									Emploi
Real estate services	179	167	168	178	185	188	202	189	Services immobiliers
Rental and leasing services	68	71	54	57	65	65	61	68	Serv. de location et de location à bail
Mgmt of co.'s & enterprises	3	3	4	6	7	5	3	5	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	424	448	431	435	473	494	465	463	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	22	21	18	21	21	19	18	25	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	965	847	967	976	953	859	983	1,002	Services d'enseignement
Health care, social services	1,401	1,409	1,388	1,415	1,468	1,498	1,481	1,420	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers./laundry services	709	733	715	700	711	741	725	736	Réparation/serv. pers./blanchissage

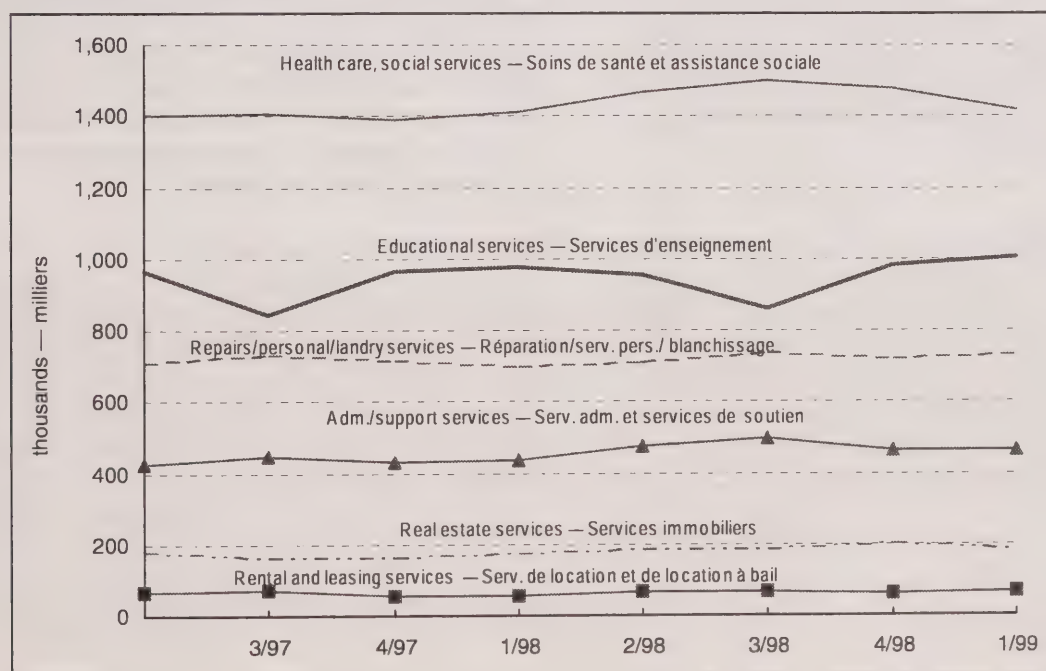
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

	Rates of change (%)								Taux de variation (%)
Real estate services	-9.5	-12.8	-9.8	-3.1	3.3	13.0	20.7	5.7	Services immobiliers
Rental and leasing services	29.7	46.6	-4.7	-7.3	-3.7	-8.9	12.2	18.6	Serv. de location et de location à bail
Mgmt of co.'s & enterprises	-50.0	-53.0	-42.6	6.9	143.3	54.8	-15.4	-17.7	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	6.1	8.4	5.5	8.1	11.7	10.3	7.8	6.5	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	5.4	-9.7	-20.6	-6.7	-4.6	-12.6	0.0	19.0	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	4.1	3.1	2.7	0.1	-1.2	1.4	1.6	2.7	Services d'enseignement
Health care, social services	-1.3	-0.2	-0.5	1.3	4.8	6.4	6.6	0.4	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers./laundry services	3.5	4.3	6.8	5.2	0.2	1.1	1.5	5.2	Réparation/serv. pers./blanchissage

Chart 1. Employment in various service industries

Graphique 1. Emploi dans des industries de services variés



Definitions and Concepts

Définitions et concepts

Tables A1, B1, C1, D1 and E1

The value-added by industry data are produced at the source (IMAD) as annualized series. That is, the monthly total is multiplied by 12.

Tables A2, B2, C2, D2 and E2

Given that the employment data are not seasonally adjusted it makes little sense to depict them as time series. The relevant comparisons are between one quarter with the same quarter last year. This is how the rates of change are constructed and interpreted. Employment figures of less than 30,000 should be treated with caution as they may be subject to high sampling variability. As well, the number of self-employed excludes unpaid family workers.

Tables A3, B3, C3, D3 and E3

The salary data are annualized quarterly series. They refer to actual payroll and not rates of pay. The monthly average weekly wage and salary series (including overtime) are averaged over three months to produce average weekly earnings series for the quarter (smoothing moving-average technique). Then they are multiplied by 52. The resulting series show the estimated average annual wages and salaries. They reveal what an individual is expected to make in a year as seen from what the person makes this quarter. This kind of information is expected to change every quarter.

The CPI-adjusted rates of change are calculated as follows: first the annualized series are deflated with the CPI of the quarter (obtained from monthly series); and then, the rate of change from the previous quarter value of the series is estimated. This is the methodologically correct procedure to follow rather than to merely subtract the CPI from the series rate of change. The latter would be, at best, an approximation of the intended measurement.

Tableaux A1, B1, C1, D1 et E1

Les données sur la valeur ajoutée par branche de services sont produites par la source (la DMAI) sous forme de séries annualisées. Autrement dit, le total mensuel est multiplié par 12.

Tableaux A2, B2, C2, D2 et E2

Étant donné que les données sur l'emploi ne sont pas désaisonnalisées, il n'est pas très logique de les qualifier de séries chronologiques. Les comparaisons pertinentes sont les comparaisons entre un trimestre et le trimestre correspond à l'année précédente. C'est ainsi que sont construits et interprétés les taux de variation. Lorsque le nombre d'emplois est inférieur à 30 000, il faut interpréter les données avec circonspection, puisqu'elles peuvent présenter une variabilité d'échantillonnage élevée. De même, le nombre de travailleurs autonomes exclut les employés de la famille qui ne sont pas salariés.

Tableaux A3, B3, C3, D3 et E3

Les données sur la rémunération sont présentées sous forme de séries trimestrielles annualisées. Elles correspondent aux salaires réels et non aux taux de rémunération. On établit la moyenne sur trois mois de la série mensuelle des gains hebdomadaires moyens pour produire la série des gains hebdomadaires moyens pour le trimestre (au moyen de la technique du lissage des moyennes mobiles). Le résultat est ensuite multiplié par 52, ce qui donne une estimation des gains annuels. On calcule donc le revenu qu'une personne devrait toucher en un an à partir du revenu qu'elle a gagné au cours du trimestre. Ce genre de données sur la rémunération devrait varier d'un trimestre à l'autre.

Les taux de variation corrigés en fonction de l'IPC sont calculés selon la technique suivante : tout d'abord, les séries annualisées sont dégonflées au moyen de l'IPC du trimestre (obtenu à partir des séries mensuelles); puis le taux de variation de la valeur de la série établie pour le trimestre précédent est calculé. Il s'agit de la bonne procédure à appliquer au lieu de simplement soustraire l'IPC du taux de variation des séries. Cela devrait donner, en principe, une estimation de la mesure voulue.



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada
Operations and Integration
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6



PHONE
1 800 267-6677

Charge to VISA or
MasterCard. Outside Canada
and the U.S., and in the
Ottawa area, call (613)
951-7277. Please do not
send confirmation.



FAX
1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA,
MasterCard and purchase
orders only. Please do not
send confirmation. A fax
will be treated as an
original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629
Telecommunication Device
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

()

()

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase
Order Number
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.	SUBTOTAL	
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.	DISCOUNT (if applicable)	
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677	GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.	Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.	Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
▶ GST Registration # R121491807	GRAND TOTAL	
	PF 097019	

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada
Opérations et intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



TÉLÉPHONE 1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



TÉLÉCOPIEUR 1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

()

()

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$



N° du bon de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

► L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.

► Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.

► TPS N° R121491807

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)

TVP en vigueur
(Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)

TVH en vigueur
(N.-É., N.-B., T.-N.)

TOTAL GÉNÉRAL

PF097019

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada
Statistics Canada

Canada

Perspectives on Labour and Income

Crucial to leading decision makers

The current emphasis on information resonates loudly in the workplace.

Perspectives on Labour and Income

meets your need for accurate, timely and comprehensive information. The bottom line? You get vital data and analysis on the workplace and related issues facing contemporary Canada!

Your springboard to success

Each analytical article in this quarterly journal has clear charts, tables and summaries.

Perspectives reveals the latest labour and demographic statistics – essential to

- ▶ determine how attitudes toward retirement influence investment decisions
- ▶ evaluate the effect of wage trends on union bargaining
- ▶ forecast the effect of employment on the demand for goods and services or social programs
- ▶ compare your organization within your industry
- ▶ develop labour market studies
- ▶ ... and much more!

L'emploi et le revenu en perspective

Un outil essentiel pour les décideurs

De nos jours, on attache beaucoup d'importance à

l'information en milieu de travail.

La revue **L'emploi et le revenu en perspective** répond à vos besoins pour des renseignements qui sont à la fois précis, actuels et complets. Vous disposerez alors de données essentielles et d'analyses sur le milieu du travail et sur d'autres défis auxquels le Canada est confronté!

Le tremplin à votre succès

Les articles analytiques de cette revue trimestrielle comportent des graphiques, des tableaux et des sommaires conçus de façon à présenter clairement les statistiques sur le

marché du travail et les statistiques démographiques qui sont essentielles pour :

- ▶ déterminer dans quelle mesure les attitudes à l'égard de la retraite influent sur les décisions en matière de placements
- ▶ évaluer l'effet des tendances salariales sur les négociations syndicales
- ▶ faire des prévisions relatives à l'incidence de l'emploi sur la demande de biens et de services ou sur les programmes sociaux
- ▶ comparer votre organisation à votre branche d'activité dans son ensemble
- ▶ effectuer des études sur le marché du travail
- ▶ ... et bien plus encore!

One easy decision: Subscribe today!

When you invest in this Statistics Canada journal, you're investing in your future. **Perspectives on Labour and Income** (cat. no. 75-001-XPE) costs \$58 in Canada (plus applicable taxes) and US\$58 outside Canada.

To subscribe:

CALL toll free 1 800 267-6677 or FAX 1 800 889-9734

WRITE to Statistics Canada, Circulation Management, Dissemination Division, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 Canada.

Order via E-MAIL at **order@statcan.ca**

Or CONTACT your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

Une décision facile à prendre : c'est de vous abonner dès maintenant!

En investissant dans cette revue de Statistique Canada, vous investissez aussi dans votre avenir. **L'emploi et le revenu en perspective** (n° 75-001-XPF au catalogue) se vend 58 \$ au Canada (taxes en sus) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

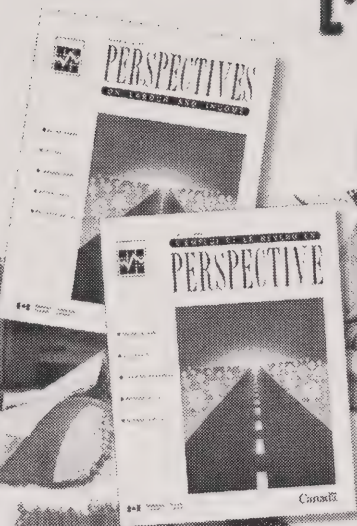
Pour vous abonner :

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677 TÉLÉCOPIEZ au 1 800 889-9734

ÉCRIVEZ à Statistique Canada, Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Canada.

Commandez par COURRIEL à **order@statcan.ca**

Ou COMMUNIQUEZ avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication.



Your Guide from Coast to Coast!



THE CANADIAN REFERENCE THAT ANSWERS YOUR QUESTIONS ABOUT CANADA, AND EVEN THOSE YOU NEVER THOUGHT TO ASK, IS NOW AVAILABLE AS A CAPTIVATING BOOK, AS A USER-FRIENDLY CD-ROM AND AS A PRACTICAL COMBINATION PACKAGE. CONVENIENT AT WORK, SCHOOL AND HOME, **CANADA YEAR BOOK 1999** BOTH DISPLAYS AND ANALYZES THE COMPLEXITIES OF LIVING AND WORKING IN CANADA TODAY.

Time and time again, you will turn to **Canada Year Book 1999** for penetrating articles, accurate statistics, clear tables, informative graphs and exquisite photographs spotlighting key trends and changes in our social, political and economic lives.

Choose **Canada Year Book 1999** or **Canada Year Book 1999 on CD-ROM** as your reference companion. You can order the book (cat. no. 11-402-XPE99001) for \$54.95, the CD-ROM (cat. no. 11-402-XCB99001) for \$74.95, OR the Book/CD-ROM Combination Package (cat. no. 10-3005XKE99001) available at the special price of \$123.41. (Prices exclude shipping and handling as well as applicable taxes.)

To order, call toll-free 1 800 267-6677, fax toll-free 1 877 287-4369 or write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. You may also e-mail your order to: order@statcan.ca or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

Votre guide d'un océan à l'autre!



L'OUTIL DE RÉFÉRENCE CANADIEN QUI RÉPOND À TOUTES VOS QUESTIONS, MÊME À CELLES QUE VOUS N'AVEZ PAS ENCORE POSÉES, EST PRÉSENTÉ EN UN LIVRE CAPTIVANT, UN CD-ROM CONVIVIAL ET UN ENSEMBLE LIVRE ET CD-ROM PRATIQUE. UTILE AU TRAVAIL, À L'ÉCOLE ET À LA MAISON, **L'ANNUAIRE DU CANADA 1999** DÉPEINT ET ANALYSE LES COMPLEXITÉS DE LA VIE ET DU TRAVAIL D'AUJOURD'HUI AU CANADA.

Vous consulterez l'**Annuaire du Canada 1999** encore et encore pour obtenir des articles percutants, des statistiques précises, des tableaux clairs, des graphiques informatifs et des photographies exceptionnelles qui mettent en évidence les tendances et les changements importants survenus aux plans social, politique et économique.

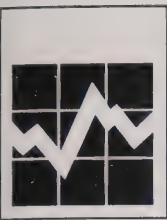
Choisissez l'**Annuaire du Canada 1999** ou l'**Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM** comme compagnon de référence. Vous pouvez commander le livre (n° 11-402-XPF99001 au catalogue) au prix de 54,95 \$, le CD-ROM (n° 11-402-XCB99001 au catalogue) au prix de 74,95 \$ ou l'ensemble livre et CD-ROM (n° 10-3005XKE99001 au catalogue) au prix réduit de 123,41 \$. (Les frais de port et de manutention ainsi que les taxes ne sont pas compris dans les prix indiqués.)

Pour commander, téléphonez sans frais au 1 800 267-6677, télécopiez sans frais au 1 877 287-4369 ou écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada. Vous pouvez aussi faire parvenir votre commande par courriel à order@statcan.ca ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada de votre région (la liste des centres figure dans la présente publication).



Visit our Web site: www.statcan.ca and try out a FREE DEMO of **CYB99 on CD-ROM** or download the FREE **CYB99 Teacher's Kit**

Visitez notre site Web : www.statcan.ca et essayez notre DÉMONSTRATEUR GRATUIT de l'**Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM** ou téléchargez notre **Trousse de l'enseignant pour l'Annuaire du Canada** GRATUITE!



Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

2nd Quarter 1999

- Information and Cultural Industries
- Finance and Insurance Industries
- Professional, Scientific and Technical Services Industries
- Accommodation and Food Services Industries
- Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

2^e trimestre 1999

- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Hébergement et services de restauration
- Arts, spectacles et loisirs

Feature article:

- **Specialized big-box stores**

Étude spéciale :

- **Les magasins spécialisés à grande surface**



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada

Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Services, Indicators and Analysis, Service Industries Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-6739) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montreal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided, **for all users who reside outside the local dialling area** of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1-800-263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1-800-363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1-800-267-6677
Fax Order line (Canada and United States)	1-877-287-4369

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-016-XPB, is published quarterly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$35.00 per issue and \$116.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$35.00 per issue and US \$116.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-016-XIB for CDN \$26.00 per issue or CDN \$87.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>

Standards of Service to the Public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Indicateurs des services et analyse, Division des industries de service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-6739) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Régina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677
Numéro de commande par télécopieur (Canada et États-Unis)	1-877-287-4369

Renseignement sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-016-XPB au catalogue paraît trimestriellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 35,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 35,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet (n° 63-016-XIB au catalogue). Un numéro coûte 26,00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 87,00 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

Normes de service au public

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

2nd Quarter 1999

- ▶ Information and Cultural Industries
- ▶ Finance and Insurance Industries
- ▶ Professional, Scientific and Technical Services Industries
- ▶ Accommodation and Food Services Industries
- ▶ Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

2^e trimestre 1999

- ▶ Industrie de l'information et industrie culturelle
- ▶ Finance et assurances
- ▶ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ▶ Hébergement et services de restauration
- ▶ Arts, spectacles et loisirs

Feature article:

- ▶ **Specialized big-box stores**

Étude spéciale :

- ▶ **Les magasins spécialisés à grande surface**

Published by the authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying,
recording or otherwise without prior written
permission from Licence Services, Marketing
Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

October 1999

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 2
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 2
ISSN 1480-8382

Frequency: Quarterly

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par
quelque moyen que ce soit, enregistrement
sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique,
ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système
de recouvrement, sans l'autorisation écrite
préalable des Services de concession des droits
de licence, Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Octobre 1999

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 2
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 2
ISSN 1480-8382

Périodicité : trimestriel

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^p preliminary figures.
- ^e estimate.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^p nombres provisoires.
- ^e estimation.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 - 1984.



Table of contents

	Page
Preface	5
Services overview	12
Feature article:	
Specialized big-box stores	19
Information and cultural industries	37
Highlights	41
Analytical Indicators	43
Finance and insurance industries	47
Highlights	52
Analytical Indicators	54
Professional, scientific and technical services industries	59
Highlights	64
Analytical Indicators	67
Accommodation and food services industries	71
Highlights	75
Analytical Indicators	77
Arts, entertainment and recreation services industries	81
Highlights	86
Analytical Indicators	88
Other services industries	93
Definitions and concepts	96

Table des matières

	Page
Préface	5
Aperçu général des services	12
Étude spéciale :	
Les magasins spécialisés à grande surface	19
Industrie de l'information et industrie culturelle	37
Faits saillants	41
Indicateurs analytiques	43
Finance et assurances	47
Faits saillants	52
Indicateurs analytiques	54
Services professionnels, scientifiques et techniques	59
Faits saillants	64
Indicateurs analytiques	67
Hébergement et services de restauration	71
Faits saillants	75
Indicateurs analytiques	77
Arts, spectacles et loisirs	81
Faits saillants	86
Indicateurs analytiques	88
Autres services	93
Définitions et concepts	96

Acknowledgments

This publication was prepared in Service Industries Division under the direction of:

- **Janice McMechan**, Director, Service Industries Division
- **Gord Baldwin**, Assistant Director, Service Industries Division
- **Don Little**, Editor
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Text and article reviewers:

- Gord Baldwin
- Leslie Bennett
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard

Major data-providing divisions:

- Industrial Organization and Finance Division
- Household Surveys Division
- Labour Division
- Industry Measures and Analysis Division

Remerciements

Cette publication a été rédigée dans la Division des industries de service sous la direction de :

- **Janice McMechan**, Directrice, Division des industries de service
- **Gord Baldwin**, Directeur adjoint, Division des industries de service
- **Don Little**, Éditeur
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Révision des textes et des articles :

- Gord Baldwin
- Leslie Bennett
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard

Principales divisions productrices de données :

- Division de l'organisation et des finances de l'industrie
- Division des enquêtes-ménages
- Division du travail
- Division de la mesure et de l'analyse des industries

Preface

Data on Key Service Industries

Service industries dominate the industrial economies and their importance is growing as a result of globalization and economic restructuring. This growing importance is especially true of the dynamic service industries which are the focus of this publication: information and cultural industries; finance and insurance industries; and professional, scientific and technical services industries. These industries account for a significant proportion of GDP. Moreover, these are the industries that move information, organize finance and property and help businesses do business. As such, they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy. The publication also covers the traveler accommodation and food services industries, and the arts, entertainment and recreation services industries.

Service industries are not all the same and not all have the same dynamic impact on the economy. In total, they account for two-thirds of GDP. That total includes the services covered by this publication as well as government and institutional services, services related to the movement of goods, and services sold primarily to households. Most other service industries are covered by existing statistical programmes, while this publication fills a gap in the coverage by focusing more on services to business. To do this, it draws upon a number of sources and provides information at a level of detail never before produced.

This publication: Data and Analysis

The publication includes one or two feature articles per issue, and most issues include an "A Glance at..." section, which briefly describes notable developments in the services sector. These sections are followed by quarterly statistical indicators for five service industry groupings. The core material includes financial, employment, salary and GDP by industry data that facilitate the analysis of industrial performance. It also includes a services overview section.

Préface

Données sur les principales branches de services

Le secteur des services domine les économies industrielles et prend de plus en plus d'importance en raison de la globalisation et de la restructuration économique. C'est en particulier le cas des branches des services dynamiques qui font l'objet de la présente publication à savoir : industrie de l'information et industrie culturelle; finance et assurances; services professionnels, scientifiques et techniques. Ces branches d'activités représentent une partie appréciable du PIB, et, de plus elles sont celles qui s'occupent de la diffusion de l'information, de l'organisation des finances et de l'immobilier et de l'aide aux entreprises dans la pratique des affaires. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain. La présente publication couvre également les services d'hébergement et de restauration et les arts, spectacles et loisirs.

Les branches de services ne sont pas toutes pareilles et toutes n'ont pas le même impact dynamique sur l'économie. Au total, elles comptent pour les deux tiers du PIB. Ce total recouvre les services examinés dans cette publication ainsi que les services gouvernementaux et institutionnels, les services reliés au mouvement des biens et les services vendus avant tout aux ménages. La plupart des autres branches de services sont couvertes par les programmes statistiques existants, tandis que la présente publication comble une lacune, puisqu'elle porte plus sur les services aux entreprises. Pour cela, elle exploite un certain nombre de sources de données et fournit des renseignements à un niveau de détail sans précédent.

Dans cette publication : Description des données et analyse

On y trouve un ou deux articles de fond par numéro, et la plupart des éditions incluent une section qui décrit brièvement les développements notables ayant lieu dans le secteur des services. Suivent des indicateurs statistiques trimestriels pour cinq groupes du secteur des services. Les données de la partie principale comprennent les données financières, de l'emploi, de la rémunération et du PIB par branche d'activité qui facilitent l'analyse de la performance industrielle. Elle contient également une section consacrée à une vue d'ensemble du secteur des services.

Data Sources

The financial data come from the Quarterly Survey of Financial Statements of the Industrial Organization and Finance Division (IOFD) and refer to non-government business enterprises. These data are classified according to the North American Industrial Classification System (NAICS). As other data sources use other industrial classifications, care is taken to maximize comparability. Employment data come from the monthly Labour Force Survey (LFS) of the Statistics Canada's Household Surveys Division. These data are also classified according to NAICS codes.

The LFS data are presented on a quarterly basis and are not seasonally adjusted. Salary data come from the monthly Survey of Employment, Payrolls and Hours (SEPH) of the Labour Division. They are presented in quarterly annualized series and are not seasonally adjusted. GDP by industry data are produced monthly at the Industry Measures and Analysis Division (IMAD). They are also presented as quarterly annualized series and are seasonally adjusted. The salary and GDP data are broken down according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E).

For the Services Overview section, data are published as produced at the sources. Data on consumer spending come from the National Accounts and Environment Division (NAED). They are annualized, seasonally adjusted series. Data on prices come from the monthly Consumer Price Index (CPI) of the Prices Division and are presented on a quarterly basis. Finally, data on international trade are compiled by the Balance of Payment Division (BOP) and are seasonally adjusted. Seasonally adjusted data are indicated by "s.a.".

Data Revisions

Data revisions follow the revision cycles of the sources. Normally LFS and CPI data are not revised. IOFD data are revised only for the previous quarter, and once a year for the previous three years. SEPH data are revised for the previous month and they will affect only the last quarter. IMAD data are revised monthly for all the months of the calendar year. In addition, SEPH and IMAD data are revised annually for several quarters. NAED and BOP data are revised every quarter back to the first quarter of the calendar year and once a year for several quarters.*

Sources des données

Les données financières proviennent du relevé trimestriel des états financiers de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie (DOFI) et recouvrent les entreprises commerciales non gouvernementales. Ces données sont classées selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Comme d'autres sources de données utilisent d'autres classifications des industries, on s'est efforcé de maximiser la comparabilité des données. Les données de l'emploi proviennent de l'Enquête mensuelle sur la population active (EPA), que mène la Division des enquêtes-ménages. Ces données sont aussi classées selon le SCIAN.

Les données de l'EPA sont présentées sous la forme de statistiques trimestrielles brutes. Les données de la rémunération proviennent de l'Enquête mensuelle sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH), que mène la Division du travail. Ces données sont publiées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et brutes. Les données du PIB selon la branche d'activité sont produites chaque mois par la Division des mesures et de l'analyse des industries (DMAI). Elles sont également présentées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et désaisonnalisées. Les données de la rémunération et du PIB sont décomposées selon la classification type des industries pour les établissements de 1980 (CTI-E).

Dans la section consacrée au survol du secteur des services, les données sont publiées telles qu'elles sont produites à la source. Les données sur les dépenses de consommation proviennent de la Division des comptes nationaux et de l'environnement (DCNE). Ces données sont des séries annualisées et désaisonnalisées. Les données des prix proviennent de l'indice mensuel des prix de la consommation (IPC) de la Division des prix, et sont présentées sur une base trimestrielle. Enfin, les données du commerce international sont rassemblées par la Division de la balance des paiements (BDP), et les séries sont désaisonnalisées. Les données désaisonnalisées sont désignées par «dés.».

Révision des données

La révision des données suit le cycle de révision des sources. En général, les données de l'EPA et de l'IPC ne sont pas révisées. Les données de la DOFI sont révisées seulement pour le trimestre précédent, et une fois par an pour les trois années précédentes. Les données de l'EERH sont révisées pour le mois précédent, et ceci ne devrait toucher que les statistiques pour le dernier trimestre. Les données de la DMAI sont révisées chaque mois pour tous les mois de l'année civile. Par ailleurs, les données de l'EERH et de la DMAI sont révisées tous les ans pour plusieurs trimestres. Enfin, les données de la DCNE et de la BDP sont révisées tous les trimestres rétrospectivement jusqu'au premier trimestre de l'année civile, et une fois par an pour plusieurs trimestres.*

To ensure clarity, selected analytical ratios, charts and descriptive and analytical notes are dispersed throughout the publication. Tables, charts and notes are complementary and combine to provide a complete picture.

Reader Participation

This publication provides a balanced information package. However, it cannot present all of the available data. Readers are encouraged to suggest additions or changes to the material presented. More specific and immediate data needs can be satisfied on an individual basis. In both cases readers are invited to contact Don Little (Telephone: 613-951-6739 or FAX: 613-951-6696).

Pour des considérations de clarté, des ratios analytiques, des graphiques, des descriptions et des notes analytiques sont dispersés dans toute la publication. Des tableaux, des graphiques et des notes viennent compléter la publication et se combinent pour donner une image complète.

Participation des lecteurs

Cette publication contient un ensemble d'informations bien équilibré. Cependant, elle ne peut présenter toutes les données existantes. Les lecteurs sont invités à proposer des ajouts ou des changements aux données présentées. On peut répondre individuellement aux lecteurs qui ont des besoins plus précis et immédiats en matière de données. Dans les deux cas, les lecteurs sont priés de communiquer avec Don Little (téléphone : 613-951-6739 ou télécopieur : 613-951-6696).

For more information about the data sources, see *Quarterly financial statistics for enterprises*, (Catalogue No. 61-008), *The Labour Force*, (Catalogue No. 71-001), *Employment, Earnings and Hours*, (Catalogue No. 72-002), *Gross Domestic Product by Industry*, (Catalogue No. 15-001), *National Income and Expenditure Accounts*, (Catalogue No. 13-001), *The Consumer Price Index*, (Catalogue No. 62-001) and *Canada's Balance of International Payments*, (Catalogue No. 67-001).

* Pour plus de renseignements sur les sources de données, consulter *Statistiques financières trimestrielles des entreprises*, (n° 61-008 au catalogue), *La population active*, (n° 71-001 au catalogue), *Emploi, gains et durée du travail*, (n° 72-002 au catalogue), *Produit intérieur brut par industrie*, (n° 15-001 au catalogue), *Comptes nationaux des revenus et dépenses* (n° 13-001 au catalogue), *L'indice des prix à la consommation* (n° 62-001 au catalogue) et *Balance des paiements internationaux du Canada* (n° 67-001 au catalogue).

Thank-you

Thank you for your interest in Services Indicators. Your constant support and feedback will help us to continually improve the quality and usefulness of this publication.

Merci

Merci à notre clientèle pour l'intérêt apporté à Indicateurs des services. Votre support constant et vos commentaires nous aideront à continuer d'améliorer la qualité et l'utilité de cette publication.

Recent Feature Articles

- **Business Services - Part 1: Evolution**
(2nd Quarter 1994)
- **Business Services - Part 2: The Human Side**
(3rd Quarter 1994)
- **Strategic R&D Alliances**
(4th Quarter 1994)
- **The Demand for Telecommunication Services**
(1st Quarter 1995)
- **Television: Glorious Past, Uncertain Future**
(2nd Quarter 1995)
- **The Industrial Organization of the Property and Casualty Insurance Business**
(3rd Quarter 1995)
- **Human Resources in Science and Technology in the Services Sector**
(4th Quarter 1995)
- **Access to the Information Highway**
(1st Quarter 1996)
- **Temporary Help Service Industry: Its Role, Structure and Growth**
(2nd Quarter 1996)
- **Two Decades of Financial Intermediation by the Canadian Insurance Business**
(3rd Quarter 1996)
- **Research and Development in a Service Economy**
(4th Quarter 1996)
- **Access to the Information Highway: The Sequel**
(1st Quarter 1997)

Études spéciales récemment parues

- **Services aux entreprises - Partie 1 : Évolution**
(2^e trimestre 1994)
- **Services aux entreprises - Partie 2 : L'aspect humain**
(3^e trimestre 1994)
- **Alliances stratégiques de R-D**
(4^e trimestre 1994)
- **La demande de services de télécommunications**
(1^{er} trimestre 1995)
- **La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain**
(2^e trimestre 1995)
- **L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers**
(3^e trimestre 1995)
- **Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services**
(4^e trimestre 1995)
- **Accès à l'autoroute de l'information**
(1^{er} trimestre 1996)
- **Le secteur des services d'aide temporaire : rôle, structure et croissance**
(2^e trimestre 1996)
- **Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes**
(3^e trimestre 1996)
- **Recherche et développement dans une économie fondée sur les services**
(4^e trimestre 1996)
- **Accès à l'autoroute de l'information : La suite**
(1^{er} trimestre 1997)

● **Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector**

(2nd Quarter 1997)

● **How Resilient is the Services Sector to Recession?**

(3rd Quarter 1997)

● **Re-engineering Growth: A Profile of the Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services Industry**

(3rd Quarter 1997)

● **The Software Development and Computer Services Industry: An Overview of Developments in the 1990s**

(4th Quarter 1997)

● **The Emergence of Logistics Services: Measurement Issues**

(4th Quarter 1997)

● **Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector**

(1st Quarter 1998)

● **Leasing Services Industries in the 1990s**

(1st Quarter 1998)

● **“Can I Help You?”: The Rise in Household Spending on Services**

(2nd Quarter 1998)

● **Are Jobs Less Stable in the Services Sector?**

(2nd Quarter 1998)

● **Entertainment Services: A Growing Consumer Market**

(3rd Quarter 1998)

● **Employment and Remuneration in the Services Industries Since 1984**

(3rd Quarter 1998)

● **Room Utilization in the Traveller Accommodation Industry**

(4th Quarter 1998)

● **Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services**

(2^e trimestre 1997)

● **Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?**

(3^e trimestre 1997)

● **Repenser la croissance : un profil du secteur des services d'architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques**

(3^e trimestre 1997)

● **L'industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l'évolution dans les années 1990**

(4^e trimestre 1997)

● **L'émergence des services logistiques : questions de mesure**

(4^e trimestre 1997)

● **Gains et pertes d'emplois : une étude du secteur des services**

(1^{er} trimestre 1998)

● **Le secteur des services de location au cours des années 1990**

(1^{er} trimestre 1998)

● **«Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services**

(2^e trimestre 1998)

● **Les emplois sont-ils moins stables dans le secteur tertiaire?**

(2^e trimestre 1998)

● **Les services de divertissement : un marché de consommation en croissance**

(3^e trimestre 1998)

● **Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984**

(3^e trimestre 1998)

● **Utilisation des chambres dans le secteur de l'hébergement des voyageurs**

(4^e trimestre 1998)

● The Gambling Industry: Raising the Stakes(4th Quarter 1998)**● Getting Connected or Staying Unplugged: The Growing Use of Computer Communications Services**(1st Quarter 1999)**● Challenges Facing Canada's Internet Service Providers; A Snapshot from a Survey of ISPs**(1st Quarter 1999)**● Specialized Big-Box Stores**(2nd Quarter 1999)**● Jeux de hasard : miser gros**(4^e trimestre 1998)**● Être branché ou ne pas l'être : Croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**(1^{er} trimestre 1999)**● Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : Survol tiré d'une enquête des FSI**(1^{er} trimestre 1999)**● Les magasins spécialisés à grande surface**(2^e trimestre 1999)

Services Overview

This section presents information that refers to the activity of the services industries. The industries covered under this aggregation, for GDP purposes, are:

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Transportation and Storage (45, 46, 47)

Communications (48)

Wholesale Trade (50-59)

Retail Trade (60-69)

Finance, Insurance and Real Estate (70-76)

Business Services (77)

Government Services (81-84)

Educational Services (85)

Health and Social Services (86)

Accommodation, Food and Beverage Services (91, 92)

Amusement and Recreation (96)

Personal and Household Services (97)

Other Services (98-99)

Information on consumer spending and prices refer to aggregations of service *commodities*. International trade in services comprises the following activities: travel, transportation, commercial services and government transactions and other services.

Aperçu général des services

On présente ici l'activité de l'ensemble des branches de services. Les branches qui auront été agrégées ici pour les renseignements concernant le PIB sont :

Classification type des industries pour établissement (CTI-E)

Transport et entreposage (45, 46, 47)

Communications (48)

Commerce de gros (50-59)

Commerce de détail (60-69)

Finances, assurances et services immobiliers (70-76)

Services aux entreprises (77)

Services gouvernementaux (81-84)

Enseignement (85)

Soins de santé et services sociaux (86)

Hébergement et restauration (91, 92)

Services de divertissements et loisirs (96)

Services personnels et domestiques (97)

Autres services (98-99)

Les renseignements concernant les dépenses de consommation et les prix se rapportent aux agrégations des *produits* de services. Le commerce international des services comprend les services suivants : voyages, transports, services commerciaux, opérations gouvernementales, autres services.

Services overview

Highlights — 2nd Quarter 1999

Compared to the 1st quarter of 1999:

- Gross domestic product (GDP) for the service sector grew in real terms by a healthy 1.0% this quarter. This exceeded the 0.7% output growth rate for the goods sector. Most of this quarter's service sector growth was concentrated in the business industries, rather than the non-business industries.
- Within the service sector, growth was especially rapid in the insurance and real estate agents industry (+8.2%) perhaps due to the strength of, and increased activity in, the housing market. As well, the computer and related services industry saw its GDP increase by 4.4% this quarter, as organizations increasingly took precautions to ensure that their computer systems are Y2K compliant. Strong output growth was also recorded in the wholesale trade (+3.9%) and the telecommunication carriers and other telecommunication industries (+3.8%).
- These service sector GDP increases were partially negated by declines in food and beverage services (-1.8%), postal and courier services (-1.5%), radio and television broadcasting (-0.5%). Moreover, the retail trade and the health and social services industries each experienced 0.4% contractions in output this quarter.

Aperçu général des services

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

Comparaison avec le 1^{er} trimestre de 1999 :

- Au deuxième trimestre, le produit intérieur brut (PIB) dans le secteur des services a grimpé de 1,0 %, en chiffres absolus, dépassant ainsi la croissance (0,7 %) relevée dans le secteur des biens. La hausse observée ce trimestre-ci dans le secteur des services touche principalement les services aux entreprises.
- À l'intérieur du secteur des services, la croissance a été particulièrement rapide chez les agents d'assurance et les agents immobiliers (+8,2 %), lesquels ont sans doute profité de la fermeté du marché de l'habitation et de l'activité croissante sur ce marché. Le secteur des services informatiques et des services connexes enregistre lui aussi une hausse appréciable (4,4 %) au deuxième trimestre, les organismes et les entreprises cherchant de plus en plus à s'assurer que leurs systèmes informatiques étaient conformes à l'an 2000. Un accroissement marqué de la production a aussi été observé dans le commerce de gros (+3,9 %) et dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications (+3,8 %).
- Ces hausses du PIB sont partiellement neutralisées par des baisses dans les services de restauration (-1,8 %), les services postaux et de messagerie (-1,5 %) et les services de radiodiffusion et de télédiffusion (-0,5 %). À cela s'ajoute une baisse de production de 0,4 % dans le commerce de détail et le secteur des services de santé et des services sociaux.

Key Services Indicators

Variables	Growth since last quarter	Growth since same quarter last year
GDP (real)	↑ 1.0%	↑ 3.6%
Cons. Spending	↑ 1.4%	↑ 3.6%
Prices	↑ 1.0%	↑ 1.7%
Exports	↓ 0.9%	↑ 4.0%
Imports	↑ 1.1%	↑ 2.2%
Employment	...	↑ 2.9%

Indicateurs clés des services

Variables	Croissance depuis le dernier trimestre	Croissance depuis le même trimestre l'année précédente
PIB (réel)	↑ 1,0 %	↑ 3,6 %
Dép. des consom.	↑ 1,4 %	↑ 3,6 %
Prix	↑ 1,0 %	↑ 1,7 %
Exportations	↓ 0,9 %	↑ 4,0 %
Importations	↑ 1,1 %	↑ 2,2 %
Emploi	...	↑ 2,9 %

- Much of the service sector's second quarter output growth was prompted by a sharp 1.4% rise in consumer spending on services. Consumer spending on purchased transportation (+3.9%) rose most rapidly, largely due to the filtering through of higher gasoline prices resulting from a tightening of North American gasoline supplies and the recent agreement by OPEC countries to restrict the production of crude oil. Other service commodities with rapid consumer spending growth this quarter were: accident and sickness insurance (+2.8%), communications services (+2.5%), and financial and legal services (+2.5%).
- The consumer price index for services rose 1.1% this quarter – this was identical to the 1.1% inflation rate for goods. Prices rose most sharply for hotels and motels (+16.3%) and other traveller accommodations (+15.1%) due to the higher demand for traveller accommodations that arises in spring and summer. Meanwhile, prices for air transportation rose 8.0%, mainly due to higher prices for North American flights.
- After falling sharply in the first quarter, Canada's trade deficit in services rose from \$1.3 billion to \$1.6 billion in the second quarter. The trade deficit in the travel account more than doubled to reach \$392 million, perhaps due to the 3% appreciation of the Canadian dollar against the American dollar. This may have been what prompted Canadians to make 1.7% more trips to the United States in the second quarter, while the number of foreign air travellers visiting Canada was dropping. Also contributing to the higher trade deficit in services was a transportation services deficit that rose from \$695 million to \$940 million, due to a larger deficit in air transportation. Somewhat offsetting the higher travel and transportation account deficits was a widespread \$218 million improvement in Canada's trade balance for commercial services.
- Au deuxième trimestre, l'accroissement de la production dans le secteur des services a été favorisé principalement par la forte hausse de 1,4 % des dépenses des consommateurs au poste des services, et surtout de dépenses pour l'achat de services de transport (+3,9 %). Cette dernière hausse est due en grande partie à l'augmentation du prix de l'essence, elle-même provoquée par un resserrement des approvisionnements d'essence en Amérique du Nord et par la décision récente des pays membres de l'OPEP de réduire leur production de brut. Les dépenses à la consommation ont aussi fortement augmenté au poste des services d'assurance-maladie et d'assurance contre les accidents (+2,8 %), des services de communications (+2,5 %) et des services financiers et juridiques (+2,5 %).
- L'indice des prix à la consommation pour les services a progressé de 1,1 % au deuxième trimestre, ce qui est identique au taux d'inflation pour les biens (1,1 %). Ce sont les prix des hôtels et des motels (+16,3 %) et des autres services d'hébergement des voyageurs (+15,1 %) qui ont le plus augmenté ce trimestre-ci, cette hausse résultant de l'accroissement de la demande pour ces services qui se produit au printemps et à l'été. Pendant ce temps, les prix du transport aérien ont augmenté de 8,0 %, principalement à cause de la hausse des prix des vols en Amérique du nord.
- Après avoir fortement diminué au premier trimestre, le déficit commercial du Canada au titre des services s'est accru au deuxième trimestre, passant de 1,3 à 1,6 milliard de dollars. Cette hausse est attribuable notamment au déficit commercial au poste des voyages qui a plus que doublé au deuxième trimestre, pour atteindre 392 millions de dollars. Cette dernière augmentation est peut-être due à l'appréciation du dollar canadien, qui a gagné 3 % par rapport à la devise américaine et qui pourrait avoir incité les Canadiens à accroître de 1,7 % leurs voyages aux États-Unis au deuxième trimestre. Pendant ce temps, on a observé une diminution du nombre de voyageurs étrangers au Canada utilisant le transport aérien. L'augmentation du déficit commercial au titre des services tient également à l'accroissement du déficit commercial au poste des services de transport, lequel est passé de 695 millions à 940 millions de dollars; dans ce dernier cas, la hausse est imputable au déficit accru dans le transport aérien. Ces reculs ont été partiellement compensés par une augmentation de 218 millions de dollars de la balance commerciale pour les services commerciaux.

Highlights — 2nd Quarter 1999**Compared to the 2nd quarter of 1998:**

- Output in the service sector was 3.6% higher this quarter than it was in the second quarter of 1998. This growth exceeded that for the goods sector where GDP rose by 2.6% over the past year.
- Compared to the second quarter of last year, output expanded especially rapidly in the computer and related services industry (+23.6), which is benefiting from concerns about Y2K compliance. This continues the computer services industry's long-term trend of rapid growth. Indeed, this industry's GDP has nearly doubled in real terms during the past five years.
- Since the second quarter of last year, other sizeable increases were recorded in the telecommunication carriers and other telecommunication industries (+21.0%) and in wholesale trade (12.7%). Meanwhile, output declined slightly in the postal and courier services industry (-1.7%), food and beverage services (-1.1%), insurance (-0.7%) and educational services (-0.4%).
- Price inflation for services (+1.7%) was similar to that for goods (+1.6%) compared to the second quarter of last year. Nevertheless consumer spending on services rose at a more rapid rate, particularly for purchased transportation, communications services and financial and legal services.
- Canada's trade deficit in services dropped from \$1.8 billion to \$1.6 billion. While services imports rose by \$286 million, this was exceeded by a \$457 million increase in exports. Trade balance improvements occurred in the travel and commercial services accounts, perhaps indirectly due to a lower-valued Canadian dollar compared to the same quarter of last year. There was, however, a concurrent rise in the trade deficit for transportation services.
- Employment in the service sector rose by 306,200 relative to the second quarter of last year, an increase of 2.9%. This growth rate more than doubled the rate recorded in the goods sector. All of the services jobs added over the past year were full-time positions, and over one-third involved self-employment.

Faits saillants — 2^e trimestre 1999**Comparaison avec le 2^e trimestre de 1998 :**

- Entre le deuxième trimestre de 1998 et celui de 1999, la production dans le secteur des services a fait un bond de 3,6 %, dépassant ainsi la croissance dans le secteur des biens dont le PIB a augmenté de 2,6 % durant la même période.
- La croissance par rapport à l'an dernier a été particulièrement rapide dans le secteur des services informatiques et services connexes (+23,6), lequel a profité de la frénésie suscitée par le passage à l'an 2000. Cette croissance s'inscrit dans la forte tendance à la hausse qui caractérise ce secteur depuis plusieurs années déjà. De fait, le PIB de ce secteur a presque doublé, en chiffres absolus, au cours des cinq dernières années.
- Depuis le deuxième trimestre de l'an dernier, on relève aussi des augmentations appréciables dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications (+21,0 %) et celui du commerce de gros (12,7 %). En revanche, la production a légèrement diminué dans les secteurs des services postaux et de messagerie (-1,7 %), de la restauration (-1,1 %), de l'assurance (-0,7 %) et des services d'enseignement (-0,4 %).
- Durant cette période d'un an, le taux d'inflation des prix des services (+1,7 %) a été comparable à celui des biens (+1,6 %). Les dépenses des consommateurs au poste des services ont toutefois augmenté plus rapidement, en particulier au niveau des services de transport, des services de communications et des services financiers et juridiques.
- Le déficit commercial du Canada au poste des services passe de 1,8 à 1,6 milliard de dollars, grâce à une hausse de 457 millions de dollars des exportations et une augmentation de 286 millions de dollars des importations. On relève une amélioration au niveau de la balance commerciale dans les services des voyages et les services commerciaux, attribuable peut-être indirectement à la dépréciation du dollar canadien durant cette période d'un an. À noter toutefois une hausse concurrente du déficit commercial au poste des services de transport.
- L'emploi dans le secteur des services a progressé de 306 200 depuis le deuxième trimestre de 1998. Il s'agit là d'une hausse de 2,9 %, ce qui est plus de deux fois supérieur au taux enregistré dans le secteur des biens. Tous les emplois créés dans le secteur des services au cours de la dernière année ont été des emplois à temps plein, et plus du tiers sont des emplois indépendants.

- Within the service sector, job growth rates were especially high in: the motion picture and video industry (+42.7%); amusement parks, arcades and other amusement and recreation activities (+29.1%); the computer systems design industry (+27.6%); and the securities and commodity contract services industry (+24.5%).
- Meanwhile, some other service industries experienced shrinkage in their workforces. In particular, the following industries had high negative growth rates: performing arts, spectator sports and related activities (-14.3%); broadcasting (-14.2%); telecommunications services (-14.2%); and management, scientific and technical services (-12.1%).
- À l'intérieur du secteur des services, la création d'emploi a été particulièrement forte dans l'industrie du film et de la vidéo (+42,7 %); les parcs d'attractions, les salles de jeu électroniques et les autres services de divertissements de loisirs (+29,1 %); la conception de systèmes informatiques (+27,6 %), ainsi que dans les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises (+24,5 %).
- À l'opposé, des pertes d'emploi ont été enregistrées, notamment dans les secteurs des arts d'interprétation, des sports-spectacles et activités connexes (-14,3 %); de la radiotélévision (-14,2 %); des services de télécommunications (-14,2 %) et des services de gestion et services scientifiques et techniques (-12,1 %).

Services sector overview

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

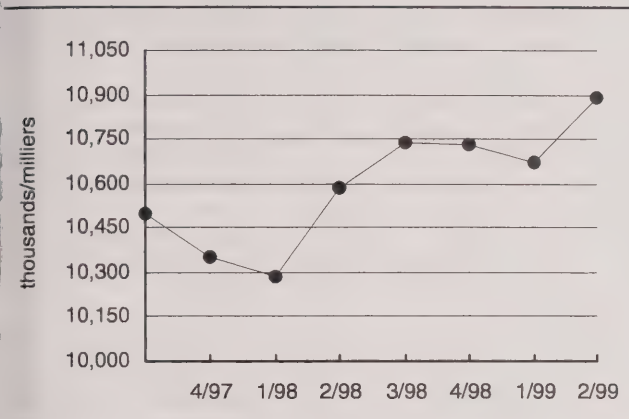


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

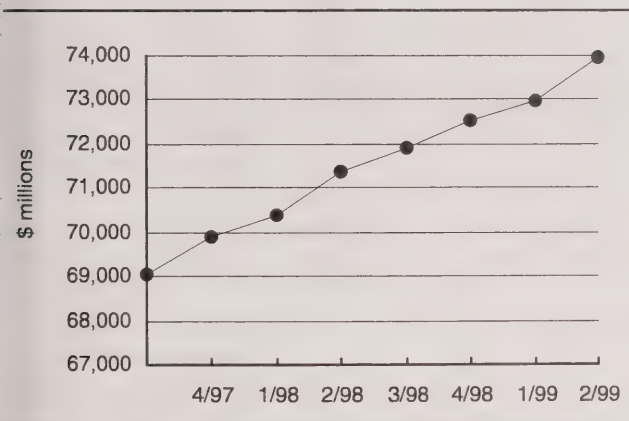
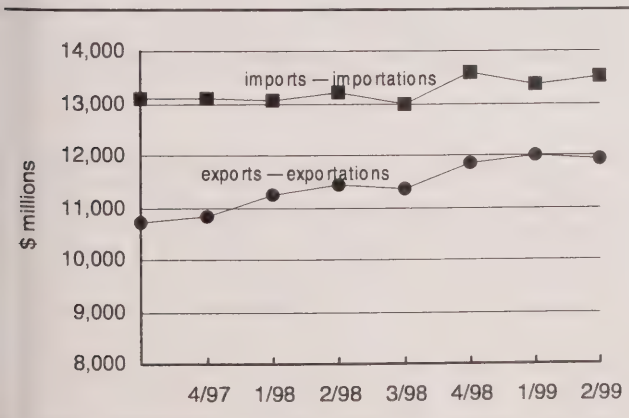


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services



Aperçu général dans le secteur des services

Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

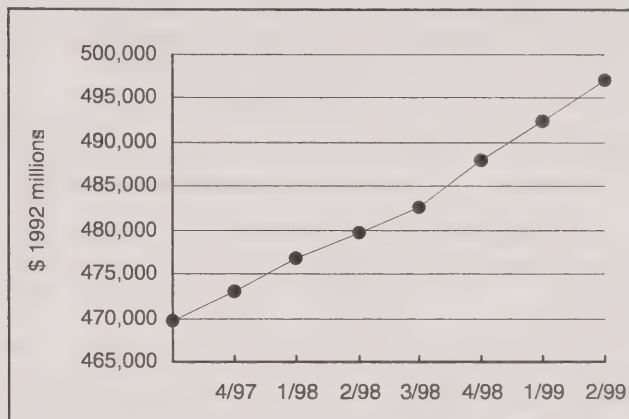


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

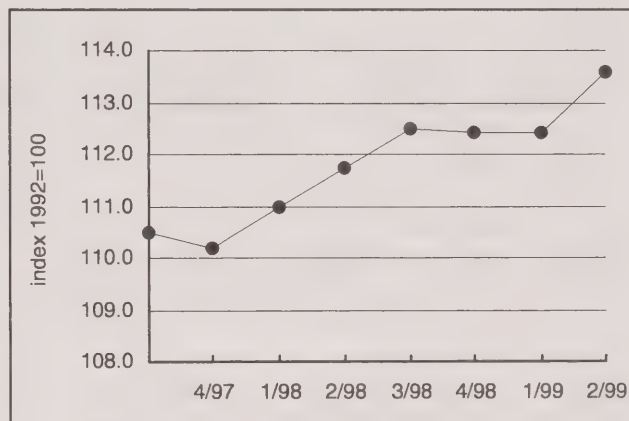


Chart 6. Services trade balance

Graphique 6. Solde du commerce international dans le secteur des services

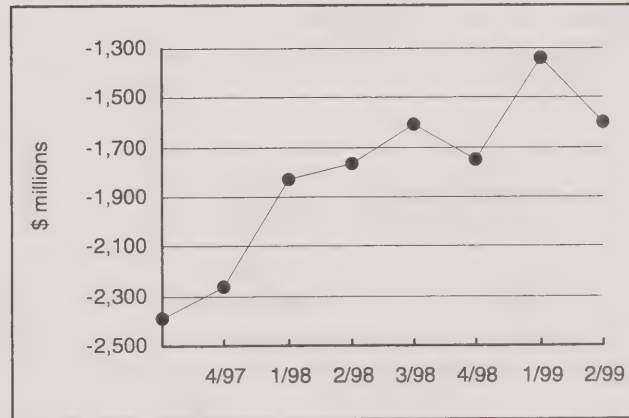


Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

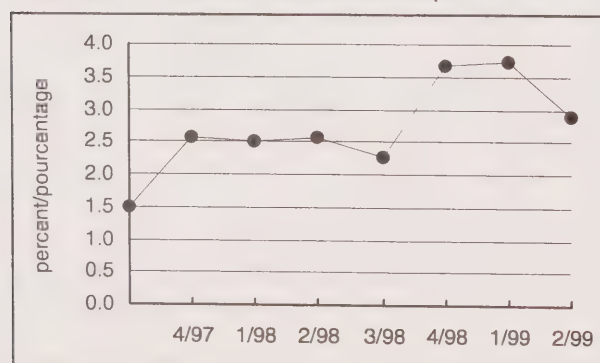
	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Employment	thousands — milliers								Emploi
Overall economy	14,350	14,032	13,799	14,352	14,671	14,483	14,264	14,713	Économie globale
Services	10,500	10,349	10,288	10,585	10,737	10,729	10,672	10,891	Services
Full-time	8,268	7,891	7,814	8,173	8,486	8,168	8,132	8,483	Plein temps
Part-time	2,232	2,458	2,475	2,412	2,251	2,561	2,540	2,408	Temps partiel
Self-employment*	1,774	1,719	1,719	1,751	1,794	1,815	1,839	1,861	Travail autonome*
GDP (s.a. and annualized)	millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								PIB (dés. et annualisé)
All industries	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Toutes les industries
Services	469,640	473,116	476,712	479,670	482,665	487,853	492,408	497,163	Services
Consumer spending (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Dépenses de consommation (dés.)
Overall economy	128,595	130,032	130,235	132,654	133,490	133,960	135,439	137,029	Économie globale
Services	69,073	69,891	70,400	71,389	71,902	72,507	72,975	73,971	Services
Prices	CPI 1992=100 — IPC 1992=100								Prix
All items	107.8	107.7	108.3	108.6	108.7	108.9	109.2	110.3	Ensemble
Services	110.5	110.2	111.0	111.7	112.5	112.4	112.4	113.6	Services
International Trade (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Commerce international (dés.)
Merchandise									Marchandises
Exports	75,888	77,774	77,610	78,287	81,301	85,064	86,186	86,915	Exportations
Imports	70,816	73,344	73,251	74,429	75,623	80,097	78,752	79,572	Importations
Balance	5,072	4,430	4,359	3,858	5,678	4,967	7,434	7,343	Solde
Services									Services
Exports	10,705	10,833	11,246	11,449	11,354	11,852	12,011	11,906	Exportations
Imports	13,095	13,094	13,075	13,217	12,965	13,600	13,352	13,503	Importations
Balance	-2,390	-2,261	-1,829	-1,768	-1,611	-1,748	-1,341	-1,597	Solde

Analytical table — Tableau analytique

Services		from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier								Services	
Rates of change (%)										Taux de variation (%)	
Employment		1.5	2.6	2.5	2.6	2.3	3.7	3.7	2.9	Emploi	
Full-time		1.3	1.7	2.8	3.5	2.6	3.5	4.1	3.8	Plein temps	
Part-time		2.4	6.0	1.5	-0.1	0.8	4.2	2.7	-0.1	Temps partiel	
Self-employment*		15.5	15.3	7.5	2.2	1.2	5.6	7.0	6.3	Travail autonome*	
Services		from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Services	
Rates of change (%)										Taux de variation (%)	
GDP (real)		1.1	0.7	0.8	0.6	0.6	1.1	0.9	1.0	PIB (réel)	
Consumer spending		0.9	1.2	0.7	1.4	0.7	0.8	0.6	1.4	Dépenses de consommation	
Prices		0.6	-0.3	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.0	1.0	Prix	
Exports		2.6	1.2	3.8	1.8	-0.8	4.4	1.3	-0.9	Exportations	
Imports		4.2	-0.0	-0.1	1.1	-1.9	4.9	-1.8	1.1	Importations	

* The self-employed are also included in the part-time and full-time categories.

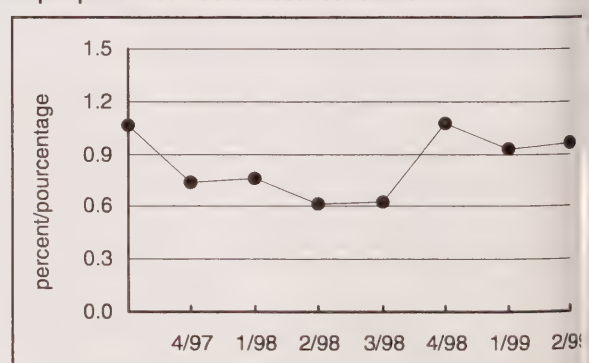
* Le travail autonome est aussi inclus dans les catégories plein temps et temps partiel.

Chart 7. Services employment growth rate¹Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹¹ Measured as growth versus the same quarter last year.

Établi comme une croissance par rapport au même trimestre l'année précédente.

Chart 8. Services real GDP growth rate

Graphique 8. Taux de croissance réel du PIB



Feature Article

Étude spéciale

Specialized big-box stores

Eric Genest-Laplante¹
 Statistics Canada
 Telephone: (613) 947-0762
 E-mail: egenestl@nrcan.gc.ca

Introduction

Retail trade has undergone many changes over the past century including the introduction of catalogue shopping, increases in the number of chain stores and the construction of shopping centres, to name just a few. The emergence and expansion of big-box stores over the past three decades is one of the most significant changes in the structure of retail trade to date.

Two criteria underlie the big-box store concept. The amount of floor space is one criterion to distinguish big-box stores from traditional shops. The second criterion—kinds of goods sold—is used to categorize big-box stores in three distinct categories: supermarkets, specialized stores and general merchandise stores. This study focuses on specialized big-box stores.² Such stores generally offer a wide range of products in specific fields, such as electronics, clothing and sporting goods.

Most studies conducted on big-box stores in Canada have focused on their locations. The evolution of such stores over time has been examined in a more qualitative manner.³ A more recent study⁴ considered, in greater detail, the quantitative aspects of big-box store evolution throughout the country. Additional studies focussed on other aspects of the presence of big-box stores, including their implementation strategies and their impact on retail trade.⁵

¹ The author would like to thank Manon Nadeau for her assistance throughout this research. Thanks are also due to Cécile Dumas, Robert Lussier and François Maranda for their additional comments and suggestions on prior versions of this text.

² See Genest-Laplante (1998 and 1999) for an analysis of supermarkets and general merchandise stores.

³ See Jones, Evans and Smith (1994) and Lyon (1994).

⁴ See Genest-Laplante (1998).

⁵ See Jones and Doucet (1999).

Les magasins spécialisés à grande surface

Eric Genest-Laplante¹
 Statistique Canada
 Téléphone : (613) 947-0762
 Courriel électronique : egenestl@nrcan.gc.ca

Introduction

Depuis un siècle, le commerce de détail a subi de nombreux changements : le magasinage par catalogue, l'expansion des chaînes ou encore la construction de centres commerciaux, pour n'en nommer que quelques-uns. L'arrivée et l'expansion des magasins à grande surface au cours des trois dernières décennies est une des transformations les plus importantes de la structure du commerce de détail à ce jour.

Deux critères sous-tendent le concept de magasin à grande surface. La surface de plancher est le critère qui différencie en premier lieu les grandes surfaces des magasins ou commerçants traditionnels. D'autre part, la marchandise offerte est le critère utilisé pour départager les grandes surfaces* en trois catégories distinctes, soit les supermarchés, les magasins spécialisés et les magasins de marchandises diverses. Dans le cadre de cette étude, l'accent est mis sur les magasins spécialisés². Généralement, ceux-ci offrent un large éventail de produits dans un domaine particulier, par exemple l'électronique, les vêtements ou les articles de sport.

La plupart des études réalisées sur le phénomène des grandes surfaces au Canada s'intéressent plus spécifiquement à la localisation des grandes surfaces, l'évolution à travers le temps étant traitée de manière plutôt qualitative³. Une étude plus récente⁴ s'est penchée plus en détail sur l'aspect quantitatif de l'évolution des grandes surfaces au pays. D'autres études portent sur divers aspects de la présence des magasins à grande surface, notamment leurs stratégies d'implantation et leur impact sur le commerce de détail⁵.

¹ L'auteur tient à remercier Manon Nadeau pour l'aide apportée tout au long de cette recherche. Des remerciements sont aussi adressés à Cécile Dumas, Robert Lussier et François Maranda pour leurs commentaires et suggestions sur des versions antérieures de ce texte.

² Pour une analyse des supermarchés et des magasins de marchandises diverses, voir Genest-Laplante (1998 et 1999).

³ Voir Jones, Evans et Smith (1994) et Lyon (1994).

⁴ Voir Genest-Laplante (1998).

⁵ Voir Jones et Doucet (1999).

* Dans ce texte, les expressions «grande surface» et «magasin à grande surface» sont employées indifféremment.

Methodology

Data

The data used in this article are taken from the Retail Trade Annual Chain and Department Store Survey,⁶ for the 1989 through 1997 period. Two variables pertaining to retail outlets were used, total floor space and total sales. Sales outlets lacking information on floor space, stores operating only part of the year, warehouses⁷ and head offices were all excluded. Stores for which floor space information, but not sales information was available were included. In such cases, sales data were imputed based on data for other stores of similar size.

Groups

For the purposes of this study, stores were divided according to the 1980 Standard Industrial Classification (1980 SIC) system. Some separate classifications that were similar, in terms of types of goods sold and store sizes, were combined. The classifications employed in this article, and their 1980 SIC identifiers, are:

- Shoe stores (6111);
- Men's and women's clothing stores (6121, 6131);
- Household appliance, television, radio and stereo stores (6221, 6222);
- Sporting goods and bicycle stores (6541, 6542);
- Musical instrument and record stores (6551, 6552).

Analytical techniques

This study of big-box store evolution is essentially a study of the market shares of such stores at the national level. The proportions of overall sales and floor space accounted for by big-box stores and the number of big-box stores were studied from 1989 to 1997.

Many performance indicators may be used to assess business financial performance. These include profit margin (gross, net, before tax), return on capital, inventory turnover, working capital and interest coverage indicators. However, none of these indicators can be used directly in the framework of this study. While the components for calculating some of these indicators are available, they usually exist only for companies as a whole, and not for particular sales outlets.

Consequently, a different kind of indicator is adopted here: sales per square foot of floor space. This information is available for each location and can be used to compare the performances of big-box and other stores, although costs are not taken into account. More specifically, median sales per square foot of floor space are used as an indicator. Median sales serve this purpose better than average sales because they reduce distortions introduced by extreme values. Furthermore, the issue here is more one of **effectiveness** than of **performance**. The latter concept assumes costs per unit of floor space are taken into consideration. However, operating costs are only available for entire chains, and a measurement of performance would require the calculation of costs for each particular location.

Limitations

The Retail Trade Annual Chain and Department Store Survey excludes independent stores and franchises not grouped as chains.⁸ These two types of stores accounted for approximately 62% of total retail sales in 1997.

Méthodologie

Données

Les données sont tirées de l'Enquête annuelle sur les magasins de détail à succursales et les grands magasins⁶, pour la période s'étendant entre 1989 et 1997. Deux variables sont utilisées, toutes deux au niveau du point de vente : la surface totale de plancher et la valeur des ventes. Les points de vente pour lesquels il n'y a pas d'information sur la superficie sont exclus, de même que les magasins exploités seulement une partie de l'année, ainsi que les entrepôts⁷ et les sièges sociaux. Les magasins pour lesquels l'information est disponible sur la superficie mais non sur les ventes sont inclus dans l'étude; dans ce cas leurs ventes sont imputées en se basant sur d'autres magasins de taille similaire.

Groupes

Pour les besoins de l'étude, les magasins sont divisés selon la classification type des industries de 1980 (CTI 1980). Lorsque certaines classes sont très apparentées suivant le type de marchandise vendue et la superficie moyenne des magasins, celles-ci sont réunies et constituées en groupes. Ce processus assure l'homogénéité des groupes, qui sont les suivants (classes CTI 1980 entre parenthèses) :

- Magasins de chaussures (6111);
- Magasins de vêtements pour hommes et pour dames (6121, 6131);
- Magasins d'appareils ménagers, de télévisions, de radios et d'appareils stéréophoniques (6221, 6222);
- Magasins d'articles de sport et de bicyclettes (6541, 6542);
- Magasins d'instruments de musique et de disques (6551, 6552).

Techniques analytiques

L'analyse de l'évolution des grandes surfaces est pour l'essentiel une étude de parts de marché au niveau national. Les proportions du nombre de grandes surfaces, de leurs ventes associées ainsi que des surfaces de plancher correspondantes sont suivies entre 1989 et 1997.

D'autre part, il existe plusieurs indicateurs de rendement qui servent à mesurer la performance financière des entreprises, par exemple : marge bénéficiaire (brute, nette, avant impôts), rendement des capitaux, rotation des stocks, fonds de roulement, couverture des intérêts. Cependant aucun d'entre eux ne peut être utilisé directement dans le cadre de cette étude. En effet, bien que les composantes permettant de calculer certains indicateurs soient disponibles, elles ne le sont pour la plupart qu'au niveau de l'entreprise, et non au niveau du point de vente.

Ceci nous amène à considérer un indicateur différent, soit les ventes par pied carré. Cette information est disponible au niveau de l'emplacement et montre malgré tout jusqu'à quel point les magasins à grande surface tirent leur épingle du jeu par rapport aux autres magasins, et ce même si aucun coût n'est pris en considération. Plus précisément, ce sont les ventes médianes par pied carré qui servent d'indicateur. Cette mesure s'impose sur les ventes moyennes lorsqu'on désire éliminer l'effet de distorsion causé par les valeurs extrêmes. De plus, il est ici question d'**efficacité** plutôt que de **rendement**. Ce dernier concept suppose la prise en considération des coûts par unité de surface de plancher. Seuls les coûts d'exploitation par chaîne sont disponibles, alors que les coûts par emplacement sont nécessaires pour établir une mesure de rendement.

Limite

L'Enquête annuelle sur les magasins de détail à succursales et les grands magasins ne comprend pas les magasins indépendants et les franchises non regroupées en chaînes⁸. Ces deux types de magasins se sont accaparés environ 62% des ventes totales du commerce de détail en 1997.

⁶ See Statistics Canada, Catalogue No. 63-210-XPB.

⁷ The term "warehouse" represents a place in which goods delivered by suppliers are stored, and from which inventory is distributed to various sales outlets.

⁸ A retail chain is defined as an organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership, at anytime during the survey year.

⁶ Voir Statistique Canada, n° 63-210-XPB au catalogue.

⁷ Le terme entrepôt est employé ici comme désignant un lieu où on stocke la marchandise livrée par les fournisseurs et à partir duquel on répartit l'inventaire entre les différents points de vente.

⁸ On définit une chaîne de magasins de détail (ou magasin à succursales) toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné durant l'année d'enquête.

This study has two goals. The first is to determine what share of the total chain-store market big-box stores have carved out for themselves in recent years—in terms of numbers of locations, sales and floor space. This information is useful for those concerned with changing market structures, as well as for the general public. Secondly, the “effectiveness” of big-box stores is then compared with that of other stores.

The minimum size of big-box stores varies by store type

For each store group, the minimum store size for qualification as a big-box store was determined by the following method. Stores were ranked according to their respective floor spaces. For each store group, several floor space values were considered as possible boundaries for distinguishing big-box stores from smaller stores. The boundaries settled upon were the highest possible boundary values above which rigorous analyses (based on criteria such as sufficient numbers of observations) of big-box stores could be made. To diminish the subjectivity of this step, the validity of each selected boundary was tested by comparing patterns of big-box store evolution (in terms of numbers and sales) with other potential boundaries. Results of this process appear in Table 1, which shows that boundaries between big-box and other stores vary considerably depending on the store groups under consideration.

Table 1. Minimum store sizes for inclusion in big-box store category

Store group	Minimum size (in square feet)
Groupe de magasins	Taille minimale (en pieds carrés)
Shoes — Chaussures	5,000
Men's and women's clothing — Vêtements pour hommes et pour dames	7,500
Household appliances, television, radios and stereos — App. ménagers, postes de télévision et de radio et appareils stéréophoniques	10,000
Sporting goods and bicycles — Articles de sport et bicyclettes	15,000
Musical instruments and records — Instruments de musique et disques	5,000

Recent levelling off in market shares for big-box shoe stores

Big-box shoe stores are relatively modest in size. Until 1994, very few sales outlets exceeded the 5,000 square foot minimum boundary for inclusion in the big-box category, and the overall sector seemed to lack vitality. Indeed, both the number of shoe stores and their total sales declined between 1989 and 1994, while prices in constant dollars remained the same between 1991 and 1997.

Cette étude poursuit deux objectifs. L'intérêt premier est de déterminer quelle proportion du marché par rapport à l'ensemble des chaînes ces nouveaux magasins se sont appropriés au cours des dernières années, que ce soit en termes de nombre de magasins, de leurs ventes ou encore de leur surface de plancher. Ces informations sont utiles pour ceux qui se préoccupent des changements dans la structure du marché, mais aussi pour le public en général. Dans un deuxième temps, l'efficacité de ces magasins nouveau genre est comparée à celle des autres magasins.

La taille des magasins à grande surface varie sensiblement selon le groupe

Pour chacun des groupes, la taille minimale d'un magasin à grande surface est déterminée en utilisant l'algorithme qui suit. Les magasins sont d'abord rangés selon leur superficie. Pour chaque groupe de magasins, on considère plusieurs frontières possibles entre les grandes surfaces et les autres. La démarcation finale est la plus grande valeur frontière possible à partir de laquelle une analyse rigoureuse (basée sur des critères tels qu'un nombre suffisant d'observations) peut être effectuée. Afin d'atténuer le plus possible le caractère subjectif de cette dernière étape, la robustesse du choix est testée en comparant les profils d'évolution des grandes surfaces (nombre, ventes) pour d'autres frontières non retenues. Les résultats de ce processus sont présentés au tableau 1. On constate que la frontière entre les grandes surfaces et les autres magasins varie sensiblement selon le groupe considéré.

Tableau 1. Taille minimale des magasins à grande surface

Store group	Minimum size (in square feet)
Groupe de magasins	Taille minimale (en pieds carrés)
Shoes — Chaussures	5,000
Men's and women's clothing — Vêtements pour hommes et pour dames	7,500
Household appliances, television, radios and stereos — App. ménagers, postes de télévision et de radio et appareils stéréophoniques	10,000
Sporting goods and bicycles — Articles de sport et bicyclettes	15,000
Musical instruments and records — Instruments de musique et disques	5,000

Magasins de chaussures : plafonnement rapide

La taille d'un magasin à grande surface est dans ce cas-ci très modeste. Jusqu'en 1994, très peu de points de vente dépassaient la barre des 5 000 pieds carrés; le phénomène des grandes surfaces était très peu présent et le secteur dans son ensemble semblait manquer de dynamisme. En effet, tant le nombre de magasins que les ventes totales ont décliné entre 1989 et 1994, alors que les prix en dollars constants sont à toutes fins utiles demeurés les mêmes entre 1991 et 1997.

However, the market shares of big-box shoe stores increased fivefold between 1993 and 1996 (Chart 1). The share of overall shoe store floor space occupied by big-box shoe stores almost doubled in both 1995 and 1996, while their proportion of sales increased by 133%. However, this came to a sudden halt in 1997, as the big-box stores' share of sales retreated and big-box floor space levelled off at 20%.

Huge shoe stores (with far more than 5,000 square feet) have now sprung up in various locations, most often in power centres.⁹ Big-box shoe stores were designed to serve entire families, with shoes for men, women and children. Many models are carried, and shoes are available for a wide range of activities. These features distinguish them from most traditional shoe shops, and are likely to draw more customers.

The relative effectiveness of big-box shoe stores compared to other shoe stores can be determined by looking at Chart 1. The share of sales for big-box stores was consistently lower than the shares of overall floor space used by such stores. Big-box shoe stores thus failed to transform this additional space into commensurate additional sales, thus their effectiveness seems less than that of smaller stores. Chart 2 illustrates the gap in median sales per square foot by size of store. Median sales per square foot tend to be half as high in big-box stores as they are in other stores. Although the absolute gap in sales per square foot between big-box and other stores ranged

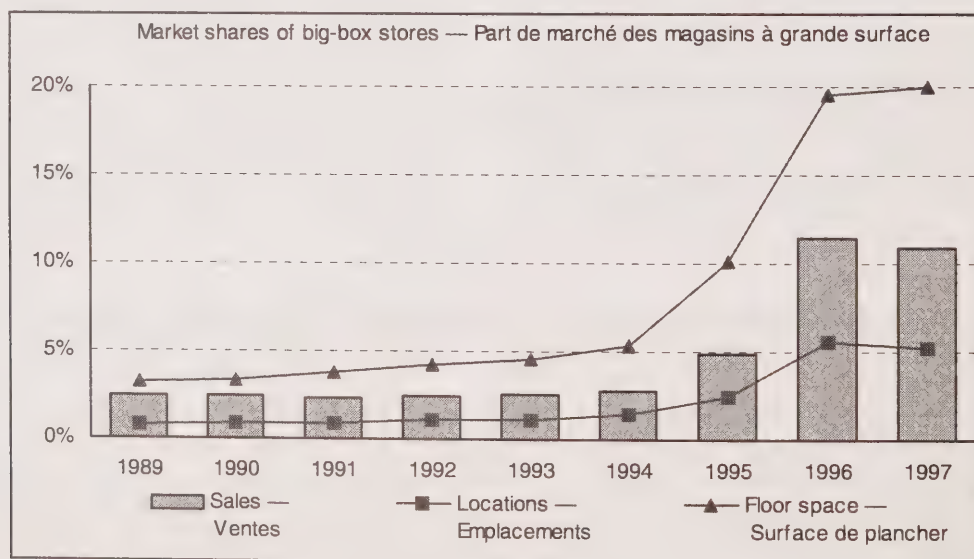
La proportion de grandes surfaces a toutefois quintuplé entre 1993 et 1996 (graphique 1). La proportion de surface de plancher totale associée à ces magasins a presque doublé en 1995 et encore un fois en 1996; la proportion des ventes a quant à elle été multipliée par 2,3 au cours de la même année. On observe toutefois un arrondissement de la croissance en 1997 alors que les proportions des ventes et des magasins reculent et que la proportion de surface de plancher semble plafonner à 20 %.

De très grands magasins de chaussures (bien au-delà de 5 000 pieds carrés) ont maintenant fait leur apparition à quelques endroits, plus souvent dans un méga-centre⁹. Les magasins de chaussures grand format sont conçus pour servir toute la famille. Ils offrent en effet des chaussures pour hommes, femmes et enfants. Les variétés sont nombreuses et adaptées à diverses activités. Ces caractéristiques les distinguent de la majorité des magasins traditionnels, et sont susceptibles d'attirer la clientèle en plus grand nombre.

L'efficacité relative des magasins à grande surface par rapport aux autres magasins peut être déduite du graphique 1. En effet, la proportion des ventes effectuées par les grandes surfaces est constamment inférieure à la proportion de surface de plancher occupée par ces mêmes magasins. Les grandes surfaces ne parviennent donc pas à «transformer» en ventes l'espace additionnel qu'elles occupent, et leur efficacité semble ainsi inférieure à celle des plus petites surfaces. On constate par ailleurs au graphique l'ampleur de l'écart entre les ventes médianes par pied carré selon la taille des magasins. Les indicateurs sont le plus souvent dans un rapport du simple au double. Après s'être creusé entre 1991 et 1996 (de 105 \$ à 177 \$), cet écart s'amointrit considérablement en 1997.

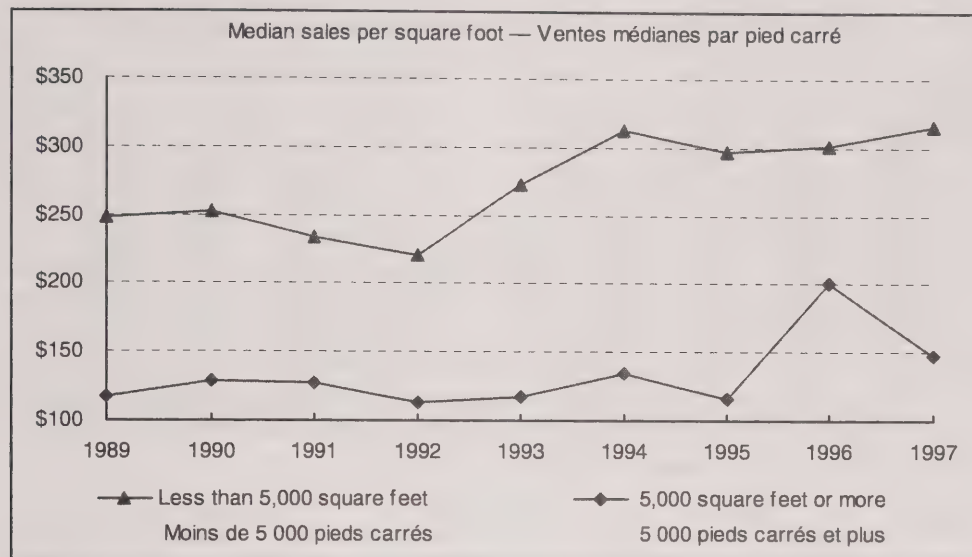
Chart 1. Have big-box shoe stores' market shares plateaued?

Graphique 1. Magasins de chaussures : la croissance est-elle terminée?



⁹ A power centre is a cluster of big-box stores. For further information see Genest-Laplante (1998).

⁹ Un méga-centre est un regroupement de magasins à grande surface. Pour plus d'information, voir Genest-Laplante (1998).

Chart 2. Big-box shoe stores not as effective in using their floor space**Graphique 2. Les magasins à grande surface déclassés**

from \$105 to \$177 between 1991 and 1994, it then dwindled in 1996 to \$101—in the same year that big-box stores significantly boosted their market shares. The gap began to rise again the following year, as big-box store shares declined.

(101 \$), soit au moment précis où les grandes surfaces ont accru de manière importante leur part de marché. L'écart s'accroît à nouveau l'année suivante, coïncidant cette fois avec un recul des grandes surfaces.

Men's and women's clothing stores: customers make the difference

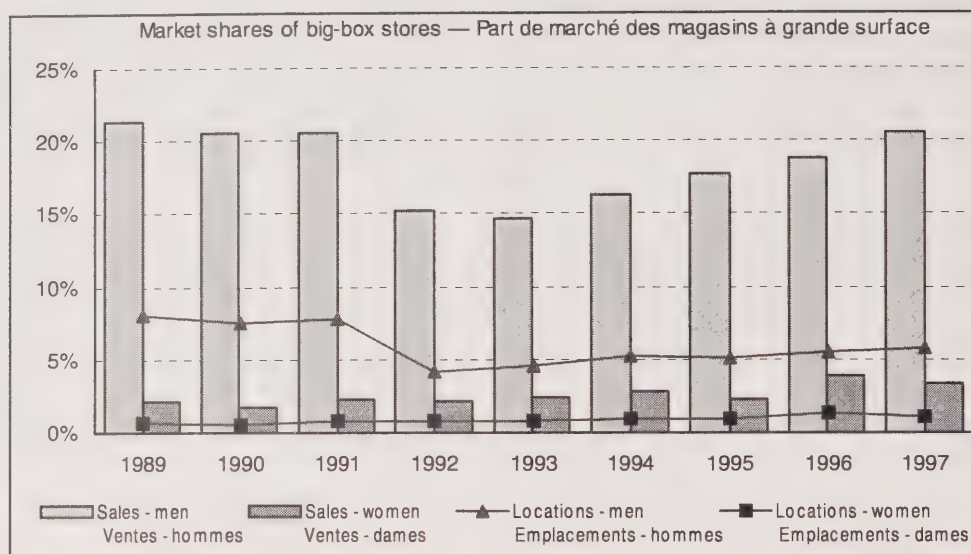
Magasins de vêtements pour hommes et pour dames: la clientèle fait la différence

In looking at data for men's clothing and women's clothing stores, there was a peak in 1989 in big-box stores' shares of sales, locations and floor space. These market shares then declined until 1992-1993, before rising again. The big-box clothing stores' share of locations, however, never exceeded 2.4% and their share of sales was never higher than 8.8%.

En étudiant les données pour le regroupement des magasins de vêtements pour hommes et pour dames, on observe un sommet en 1989 pour les proportions des ventes, des emplacements, et de la surface de plancher totale. Ces trois proportions décroissent jusqu'en 1992-1993, puis remontent par la suite. La proportion d'emplacements ne dépasse toutefois jamais 2,4 %, alors que la proportion des ventes culmine à 8,8 %.

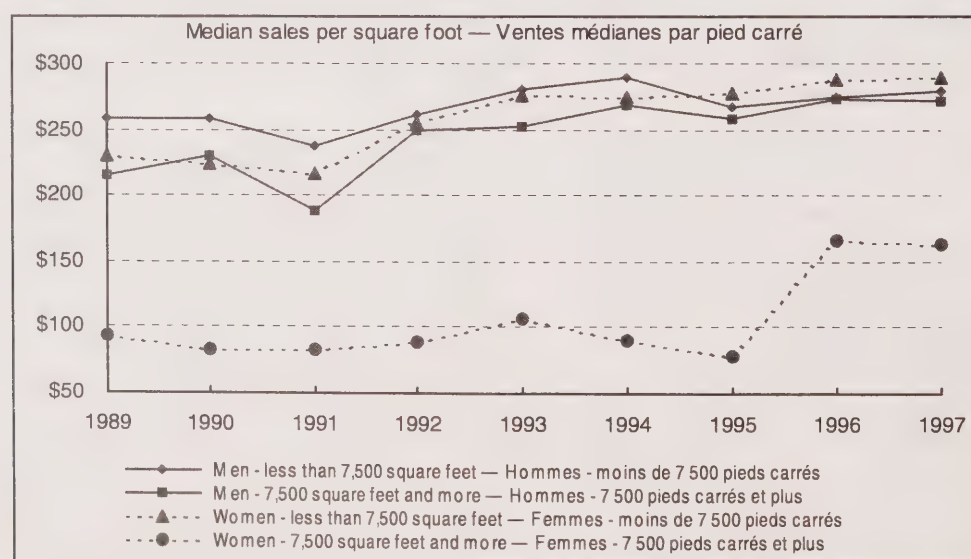
The way in which the men's and women's categories are grouped, however, masks certain characteristics of each. Big-box stores' shares of sales were, depending on the year, four to ten times greater for men's clothing stores (Chart 3). Although less apparent, the same phenomenon occurred with respect to number of locations. Women's big-box clothing stores have consistently comprised about 1% of women's clothing stores, while men's big-box clothing stores have comprised from 4% to 8%. This is partly because there are far fewer men's than women's clothing stores. While men's clothing stores often sell a broader range of clothing, women's clothing stores are generally more specialized (casual wear, lingerie, special occasions, etc.). In such cases, the range of goods is typically more limited and less floor space is required.

Le regroupement de ces 2 classes masque cependant certaines caractéristiques propres à chacune. La proportion des ventes des grandes surfaces est, selon l'année considérée, de 4 à 10 fois supérieure pour les magasins de vêtements pour hommes (graphique 3). Quoique moins apparent, le phénomène est semblable pour les proportions des points de vente : celle des magasins de vêtements pour dames se maintient autour de 1 %, alors que celle des magasins de vêtements pour hommes varie entre 4 % et 8 %. Cette situation peut en partie s'expliquer du fait que les magasins pour hommes sont beaucoup moins nombreux que les magasins pour dames. Alors que les premiers vendent souvent une plus large gamme de vêtements, les seconds sont généralement plus spécialisés dans un créneau particulier (tout-aller, lingerie, occasions spéciales, etc.). L'éventail de marchandises étant d'ordinaire plus restreint dans ce dernier cas, on peut ainsi s'attendre à des surfaces de plancher plus petites.

Chart 3. Characterization of 7,500-square-foot or more clothing stores by targeted customer groups**Graphique 3. Caractérisation des magasins de vêtements de 7 500 pieds carrés et plus selon la clientèle visée**

Incidentally, men's and women's clothing stores are quite different in terms of our selected effectiveness indicator (Chart 4). Median sales per square foot for big-box and conventional men's clothing were quite similar, never differing by more than \$50. The indicator for smaller women's clothing stores also evolved within the same range as those of men's clothing stores, while women's big-box clothing stores have lagged far behind.

Par ailleurs, les deux classes de magasins se distinguent nettement au niveau de l'indicateur d'efficacité choisi (graphique 4). Ceux-ci, les magasins de vêtements pour hommes sont presque semblables pour les 2 catégories de magasins, la différence maximale étant de 50 \$. Pour les magasins de vêtements pour dames, l'indicateur des petits magasins évolue dans la même fourchette que ceux des magasins de vêtements pour hommes, alors que celui des grandes surfaces vit très loin derrière.

Chart 4. Big-box women's clothing stores less effective**Graphique 4. Les magasins de vêtements pour dames affichent des écarts importants**

Household appliance, television, radio and stereo stores: market concentration

The number of big-box stores in this sector soared from 1989 to 1997, and their share of locations increased from 2.0% to 6.4% (Chart 5). The economic downturn of the early 1990s may have accelerated the increase in the share of this sector's sales for big-box stores, which more than tripled between 1989 and 1997. On the other hand, their share of floor space increased from 1989 until 1996, but fell in 1997. However, there was still a significant concentration of sales in a relatively limited number of retail outlets. Big-box stores continued to have a sizeable share of floor space, leaving only 57.3% of total floor space to be shared in 1997 among the 93.6% of remaining outlets.

Many new audio and video components have sprung up over the past few years. Some big-box stores even have rooms with home theatre systems where customers can better judge the quality of the products being offered. A wide variety of electronic devices are also sold in these stores, some of which did not even exist in 1989, and are now present in many households (Table 2). The "cocooning" phenomenon seems partly responsible for the sustained growth in sales of such equipment. As well, quality improvements for the products, such as added features, may have been a factor. Most big-box stores in this sector also sell personal computers. Due to their obvious popularity, the amount of floor space for PCs and their

Magasins d'appareils ménagers, de télévisions, de radios et d'appareils stéréophoniques : concentration du marché

Entre 1989 et 1997, le nombre de magasins grand format dans ce secteur augmente sensiblement. La proportion d'emplacements passe de 2,0 % à 6,4 % (graphique 5). Il semble bien que le ralentissement de l'économie au début de la décennie ait contribué à accélérer la croissance de la proportion des ventes effectuées par ces magasins. Leur part de marché a plus que triplé entre 1989 et 1997. Par ailleurs, la proportion de surface de plancher augmente entre 1989 et 1996, mais diminue en 1997. Cependant, on note encore une concentration très importante des ventes dans un nombre relativement restreint de points de vente. On peut également affirmer que ces derniers magasins occupent «une très grande part du plancher», ne laissant en 1997 que 57,3 % de la surface totale de plancher à partager entre les 93,6 % d'emplacements restants.

Beaucoup de nouveaux appareils audio-vidéo ont fait leur apparition au cours des dernières années. Certains magasins à grande surface proposent même des salles de cinéma-maison à leur clientèle afin que celle-ci puisse mieux juger de la qualité du produit offert. Beaucoup d'appareils électroniques divers sont aussi vendus dans ces magasins. Des appareils qui n'existaient même pas en 1989 sont aujourd'hui présents dans de nombreux foyers (tableau 2). Le phénomène du cocooning semble être en grande partie responsable de la croissance soutenue des ventes de ce genre d'équipement. De plus, l'amélioration de la qualité (par exemple l'ajout de nombreuses caractéristiques) a joué un certain rôle. Enfin, les magasins à grande surface dans ce secteur vendent aussi la plupart du temps des ordinateurs personnels. La popularité de ces derniers

Chart 5. Household appliance, television, radio and stereo stores: rapid growth for big-box outlets

Graphique 5. Appareils ménagers, télévisions, radios et appareils stéréo : progression rapide pour les magasins à grande surface

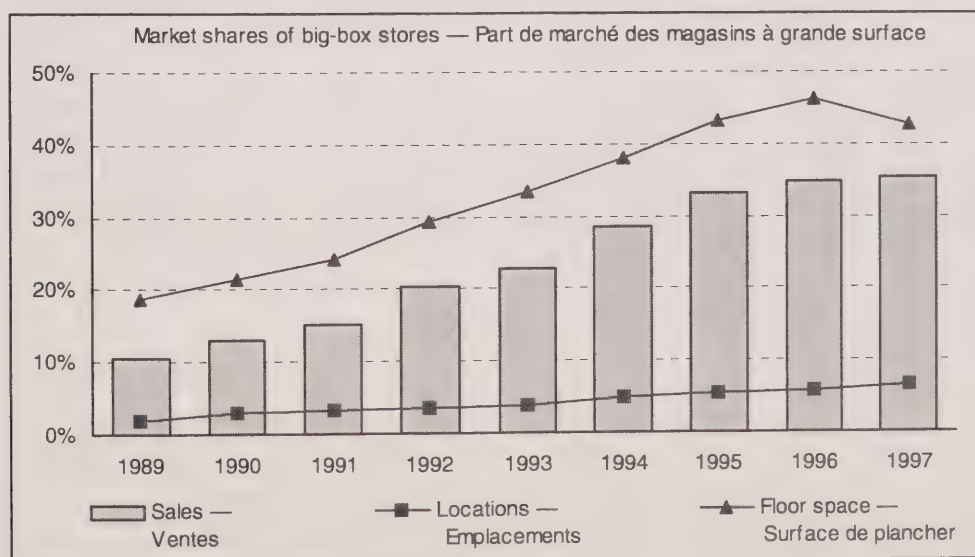


Table 2. Percentage of Canadian households possessing selected equipment**Tableau 2. Pourcentage des ménages canadiens possédant certains appareils choisis**

Equipment — Appareils	1989	1997
Cellular telephones — Téléphones cellulaires	..	18.6
Colour televisions — Télécouleurs	60.2	46.8
1	36.0	51.9
2 or more — 2 ou plus	63.4	86.3
Microwave ovens — Fours à micro-ondes	..	17.7
Video cameras — Caméscopes	11.6	58.1
Compact disc players — Lecteurs de disque compact	..	36.0
Personal computers — Ordinateurs personnels	..	36.0

Source: *Household Facilities and Equipment*, Catalogue No. 64-202-XPB, (1989 to 1997), Statistics Canada — *L'équipement ménager*, n° 64-202-XPB, catalogue, (1989 à 1997), Statistique Canada

Note: ".." means negligible or zero. — «..» indique infime ou zéro.

peripherals has also increased substantially. Given these considerations, the growth of big-box stores within the context of technological progress is easier to understand.

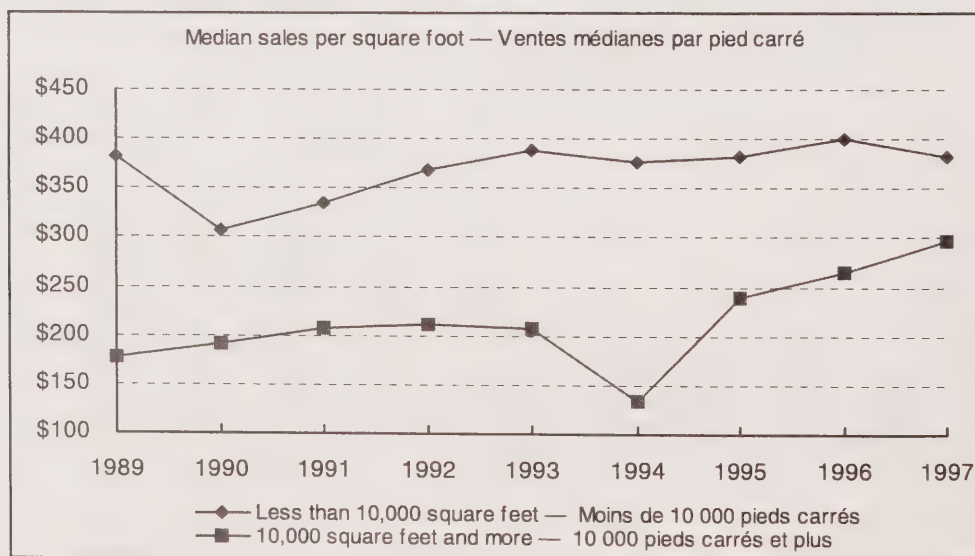
est indiscutable et il ne fait aucun doute que la surface de plancher allouée à cet équipement et ses périphériques a augmenté de manière importante. Suite à ces considérations, il est plus aisé de comprendre la croissance des magasins à grande surface dans un contexte de progrès technologique.

The difference in effectiveness between big-box and conventional stores is significant. Although there was a general increase in median sales per square foot for both categories, big-box stores still trailed the others over the entire period (Chart 6).

En ce qui concerne l'efficacité, l'écart entre les catégories de magasins est important. Même si on constate une hausse générale des ventes médianes par pied carré pour les deux catégories, les magasins à grande surface sont encore une fois derrière les autres, et ce, durant toute la période (graphique 6).

Incidentally, median sales per square foot (between \$300 and \$400 for smaller stores) were relatively high compared to that of most other groups of stores. This situation is likely due to the high values of the equipment sold by such stores.

Par ailleurs, la valeur des ventes médianes par pied carré, soit entre 300 \$ et 400 \$ pour les petites surfaces, est relativement élevée par rapport à la plupart des autres groupes de magasins. Cette situation peut vraisemblablement s'expliquer par la valeur unitaire importante du matériel vendu par ces magasins.

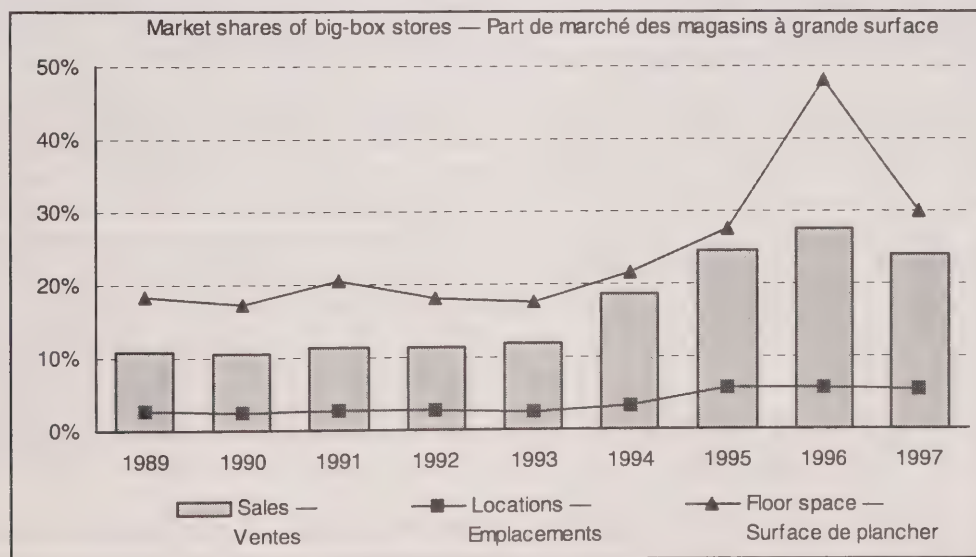
Chart 6. Big-box stores becoming more effective**Graphique 6. Efficacité accrue des magasins à grande surface**

Sporting goods and bicycle stores: rapid big-box growth in mid-1990s

The advent of big-box stores in this sector occurred relatively late (Chart 7). Until 1993, the proportion of all locations occupied by big-box stores was low and had remained flat. However, within three years, this proportion more than doubled, rising from 2.5% to 5.8%. The big-box stores' share of sales followed a similar pattern.

We can thus conclude that many big-box sporting goods and bicycle stores were set up in Canada during 1994 and 1995. A glance at the literature confirms that at least a dozen such stores were established in Toronto in 1995, immediately adding some 700,000 square feet to the existing total.¹⁰ This was reflected by the significantly increased proportion of floor space occupied by big-box stores. Canadians also appear to be more engaged in physical activities today than they were some years ago.¹¹ This may have contributed to the growth of the sporting goods trade in general and big-box stores in particular. The evolution in the proportion of floor space is almost identical to that for the proportion of sales until 1996—but with the influx of new stores this trend could not be maintained; note that a few of these stores subsequently closed. The impact was very marked by 1997, when all significant variables declined, particularly the share of floor space.

Chart 7. Over-saturation of market?



Magasins d'articles de sport et de bicyclettes : croissance rapide au milieu des années 90

L'avènement des grandes surfaces dans ce secteur s'est produit assez tardivement (graphique 7). Jusqu'en 1993, la proportion d'emplacements de cette catégorie a été minime et très stable. Par la suite, une tendance à la hausse assez rapide se dessine. En l'espace de 3 ans, la proportion d'emplacements a plus que doublé, passant de 2,5 % à 5,8 %; on observe un profil similaire en ce qui concerne la proportion des ventes.

On peut donc présumer que plusieurs grandes surfaces se sont établies au pays en 1994 et 1995. Un coup d'œil à la littérature confirme qu'en 1995, pas moins d'une douzaine de grandes surfaces spécialisées dans les articles de sport se sont établies à Toronto, ajoutant ainsi quelque 700 000 pieds carrés d'un coup au total déjà existant¹⁰. L'impact est détectable dans la hausse importante de la proportion de surface de plancher occupée. Il semble aussi que les Canadiens s'adonnent plus à la pratique d'activités physiques aujourd'hui qu'il y a quelques années¹¹. Cet état de chose ne peut que contribuer à l'expansion du commerce d'articles de sport en général, et des grandes surfaces en particulier. En outre, la courbe de l'évolution de la surface de plancher suit presque parallèlement la courbe de l'évolution des ventes jusqu'en 1996, mais l'afflux de nouveaux magasins ne permet pas de maintenir cette tendance. Notons que quelques-uns d'entre eux ont cependant fermé leurs portes depuis; l'impact est très visible en 1997, alors que toutes les variables d'intérêt diminuent, et en particulier la proportion de surface de plancher.

Graphique 7. Sursaturation du marché?

¹⁰ For comparison purposes, the 700,000 square feet that were added represented a 30% increase relative to the 2.2 million square feet in all sporting goods stores in Canada.

¹¹ See Statistics Canada (Catalogue Nos. 11-612E (1987 and 1994) and 87-211-XPB (1997)). Although methods used in the three surveys were different, increased involvement by Canadians in physical activities was discernible between 1985 and 1995.

¹⁰ À titre comparatif, l'addition de 700 000 pieds carrés représente un accroissement de 30 % par rapport à la surface totale combinée de tous les magasins de sport au Canada, soit quelque 2,2 millions de pieds carrés.

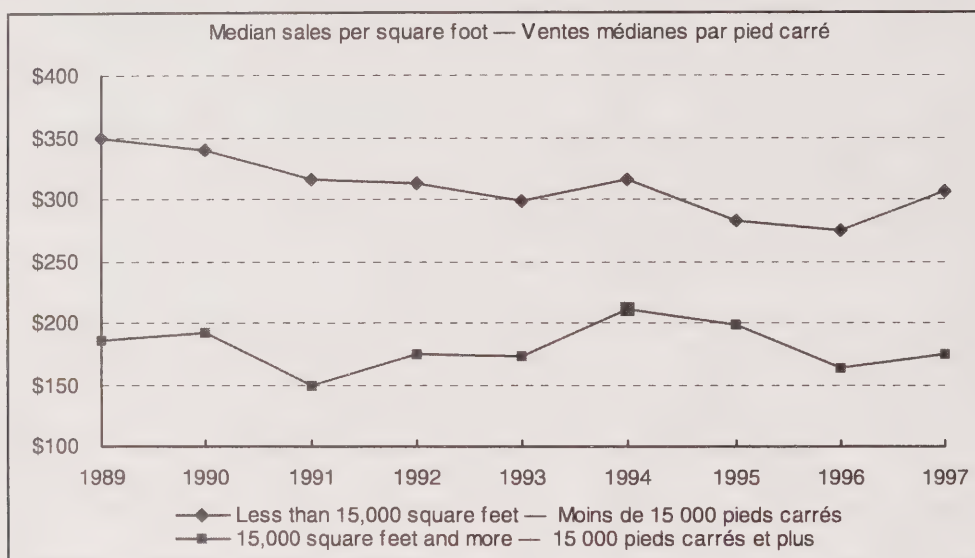
¹¹ Voir Statistique Canada (n° 11-612F (1987 et 1994) et 87-211-XPB (1997) au catalogue). Bien que la méthodologie soit différente pour les 3 enquêtes, une tendance à la hausse dans la pratique d'activités physiques par les Canadiens est détectable entre 1985 et 1995.

The median sales per square foot data once again suggest that smaller stores are more effective than their big-box competitors (Chart 8). The gap between the two categories, however, dwindled from \$164 in 1989 to \$84 in 1995. This did not occur because big-box stores improved their effectiveness, but rather because of declines for smaller stores. In 1996 and 1997, however, the gap again began to widen.

Les magasins de petit format présentent encore une fois des indicateurs d'efficacité plus élevés que les grandes surfaces (graphique 8). L'écart entre les deux catégories s'amenuise toutefois avec le temps, passant de 164 \$ en 1989 à 84 \$ en 1995. Celui-ci diminue non pas en raison d'une amélioration du côté des grandes surfaces, mais plutôt en raison de la détérioration du côté des petits magasins, du moins jusqu'en 1996. En 1996 et 1997, cependant, l'écart a recommencé à s'accroître.

Chart 8. The gap widened in 1996 and 1997

Graphique 8. L'écart s'est accru en 1996 et 1997



Big-box musical instrument and record stores evolving with the times

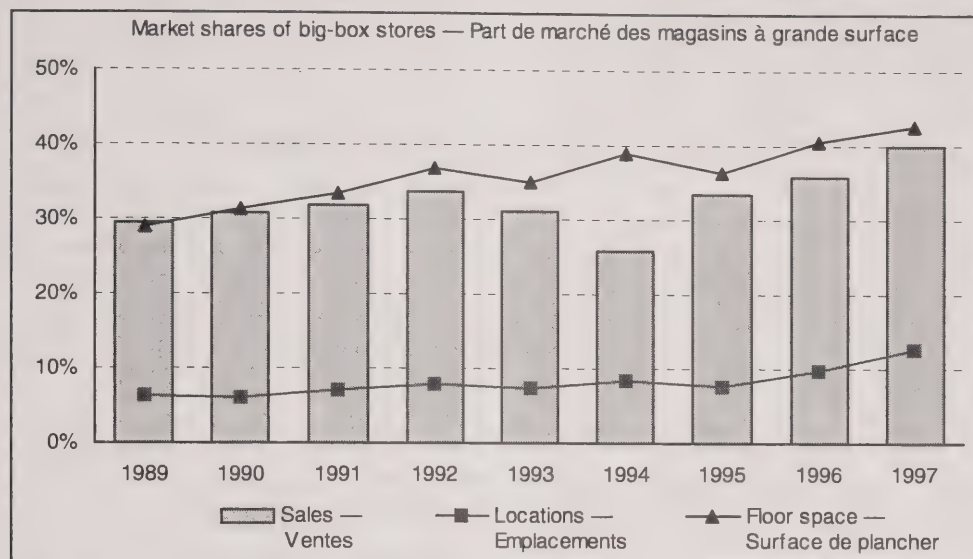
In contrast to the other store groups studied, big-box musical instrument and record stores continued to improve their market shares in 1997. While their shares of sales, floor space and locations did not evolve at consistent paces (Chart 9), all of these proportions grew from 1989 to 1997. Moreover, the absolute number of big-box outlets increased substantially. Sales by big-box stores climbed by an average of 18.2% per year, compared with 11.5% for smaller stores. Overall growth of big-box stores' floor space was better than 230%, compared with 82% for other stores. Most big-box store growth in market shares of sales has taken place since 1994, following two consecutive years of decline.

The advent of the compact disc (CD) certainly changed things, not just with respect to buying habits, but also in terms of the recording industry itself. Between 1989 and 1997, market penetration of compact discs into Canadian households soared from 11.6% to 58.1% (see Table 2). Furthermore, old turntable technology, as well as its associated product (records), promptly became obsolete following the introduction of the CD. Thus, not only did

Magasins d'instruments de musique et de disques : un concept en mutation

Contrairement aux groupes de magasins précédemment étudiés, la croissance des magasins à grande surface se poursuit en 1997. Même si leurs proportions associées n'ont pas évolué de manière continue (graphique 9), elles se sont toutes accrues entre 1989 et 1997. Il n'en demeure pas moins que, globalement, ces magasins ont connu une hausse substantielle de leurs points de vente en termes absolus. Les ventes associées ont crû de 18,2 % en moyenne par année comparativement à 11,5 % pour les plus petits magasins. Quant à leur surface totale de plancher, la croissance globale s'est établie à plus de 230 %, contre 82 % pour les autres. La majeure partie de la croissance reliée aux grandes surfaces a eu lieu depuis 1994, suivant ainsi deux années consécutives de repli au niveau des ventes.

L'avènement du disque compact (DC) a changé bien des choses, tant dans les habitudes d'achat que dans l'industrie du disque elle-même. Entre 1989 et 1997, le taux de pénétration des lecteurs de disques compacts auprès des ménages canadiens est passé de 11,6 % à 58,1 % (voir tableau 2). En outre, l'ancienne technologie (tables tournantes) de même que le produit associé (microsillon) sont disparus très rapidement suite à l'introduction du DC. Non seulement les gens ont commencé à acheter les DC pour les nouveaux

Chart 9. Musical instruments and records: growth continues**Graphique 9. Instruments de musique et disques : la croissance se poursuit**

people start buying CDs for new recordings, many replaced all or part of existing collections. The improved sound quality of the new medium and increased difficulties in finding replacement parts for older components somewhat explain the growth of musical instrument and record stores.¹²

Furthermore, many retailers who had previously sold only records and cassettes began to sell other kinds of merchandise, whether related to music or not. This most often included books, magazines, newspapers and videocassettes. Numerous stores also installed listening stations, or set up specific rooms for various types of music. These recent trends necessitated increased floor space and largely explained the growth of big-box stores.

Big-box store median sales per square foot in this sector have risen sharply since 1993 (Chart 10). Nonetheless, smaller stores continued to lead the way in 1997, with very high per-square-foot median sales. A partial explanation may be that in smaller record and cassette shops, goods (compact discs, as well as books and periodicals) sold from display cases are present in higher density.

enregistrements, mais plusieurs d'entre eux, sinon la plupart, ont aussi remplacé en tout ou en partie leurs collections existantes. La qualité sonore du nouveau médium de même que la difficulté croissante de trouver des pièces de remplacement pour l'équipement usagé expliquent en bonne partie la croissance des magasins d'instruments de musique et disques¹².

Par ailleurs, plusieurs détaillants qui ne vendaient autrefois que des disques et cassettes vendent maintenant d'autres sortes de marchandises, reliées ou non à la musique. Il s'agit le plus souvent de livres, magazines, journaux et cassettes vidéo. En outre, de nombreux magasins sont maintenant dotés de postes d'écoute, ou ont aménagé des salles distinctes pour les différents types de musique. Ces tendances récentes ne peuvent qu'augmenter la superficie requise et ainsi expliquer en bonne partie la croissance des grandes surfaces.

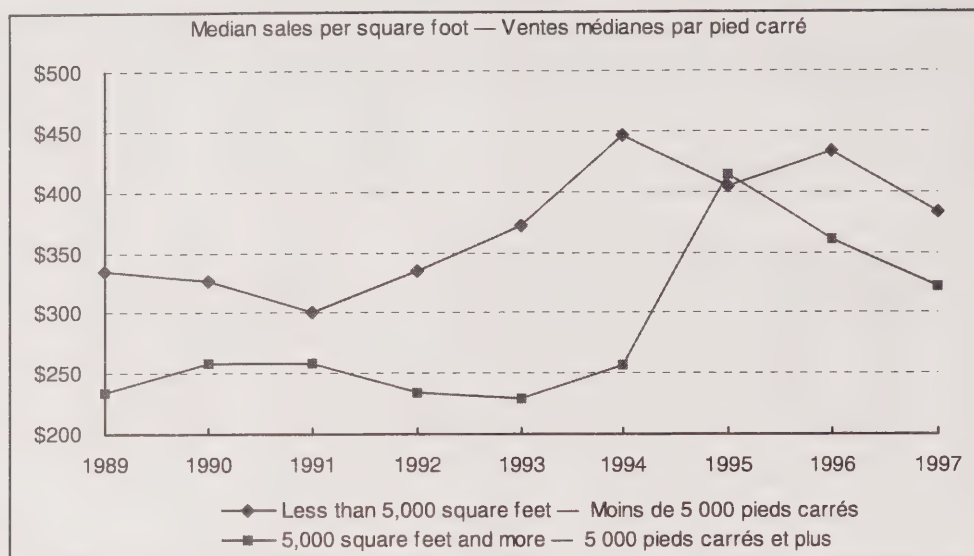
Les ventes médianes par pied carré des grandes surfaces ont connu une hausse importante depuis 1993 (graphique 10). Malgré tout, les plus petits magasins sont encore en tête en 1997; la valeur de leurs ventes médianes par pied carré est très élevée. Ceci peut s'expliquer en partie par la haute densité de marchandises (disques compacts, mais aussi livres et revues) dans les présentoirs, du moins dans le cas des magasins de disques et bandes magétiques.

¹² Record stores contributed between 80% and 85% of total sales for this store group every year.

¹² Les magasins de disques contribuent, bon an mal an, entre 80% et 85% des ventes du groupe.

Chart 10. Convergence of indicators

Graphique 10. Convergence des indicateurs



Alternate approach to measuring effectiveness

Median sales per square foot data suggest that specialized big-box store performance is not as strong as that of smaller stores. However, this useful observation still leaves something to be desired, as we cannot directly calculate performance indicators that incorporate operating costs, for previously mentioned reasons.

There is, however, a way to work around this problem. One can separate chains in the following manner: the chains that had a high proportion of their 1997 sales made via big-box stores, versus those that make a smaller share of their sales through big-box outlets. This system can be used to cluster chain stores for which a minimum proportion of sales are made by big-box stores. It then becomes possible to calculate some indicators for each group of chains.

The selected indicators are gross profit margins and inventory turnover. Gross profit margin is the ratio of gross profit to sales. This ratio indicates the efficiency with which a company draws profits on goods and services sold, by measuring gross profits earned per sales dollar. The inventory turnover ratio, defined as the ratio of the cost of goods sold to inventory at the end of the fiscal year, measures the efficiency with which one company moves stock compared with other businesses in the same sector. Results appear in Table 3.

Approche alternative à la mesure de l'efficacité

Selon les ventes médianes par pied carré, les magasins spécialisés à grande surface ont des performances inférieures à leurs cousins plus petits. Ce constat intéressant nous laisse cependant sur notre appétit, car on ne peut directement calculer des indicateurs de performance prenant en considération les coûts d'exploitation pour les raisons mentionnées plus haut.

Il est toutefois possible de contourner un tant soit peu ce problème. Une façon de faire est de séparer les chaînes de chacun des groupes de la façon suivante : d'un côté, celles dont la proportion des ventes via les magasins grand format en 1997 dépassent un certain niveau; d'un autre côté, celles dont cette proportion via les grandes surfaces sont inférieures à ce même niveau. Cette technique permet de regrouper ensemble les chaînes pour lesquelles une proportion prédéterminée des ventes est effectuée dans les grandes surfaces. Par la suite, il devient possible de calculer quelques indicateurs pour chacun des groupes de chaînes.

Les indicateurs sélectionnés sont la marge bénéficiaire brute et la rotation des stocks. La marge bénéficiaire brute est le rapport du bénéfice brut sur le chiffre d'affaires. Ce ratio indique l'efficacité avec laquelle l'entreprise tire un bénéfice des produits et services vendus en mesurant le bénéfice brut réalisé par dollar de vente. Le ratio de rotation des stocks, défini comme le rapport du coût des marchandises vendues sur les stocks en fin d'exercice financier, mesure l'efficacité avec laquelle l'entreprise écoule ses stocks par rapport aux autres entreprises du même secteur. Les résultats sont présentés dans le tableau 3.

Table 3. Gross profit and inventory turnover by group of chain stores (1997)

	Gross profit* — Marge bénéficiaire brute*		Inventory turnover† — Rotation des stocks†	
	Big box stores‡ Grand format‡	Others Autres	Big box stores‡ Grand format‡	Others Autres
Shoes — Chaussures	46.3	46.8	1.7	2.0
Clothing (men and women) — Vêtements (hommes et dames)	39.9	46.5	2.9	4.3
Household appliances, etc. — Appareils ménagers, etc.	24.8	32.6	4.4	3.9
Sporting goods and bicycles — Articles de sport et bicyclettes	35.2	35.6	2.7	3.6
Musical instruments and records — Instruments de musique et disques	34.3	33.6	2.2	4.2

* Average gross profit. — Marge bénéficiaire brute moyenne.

† Average for the set of chains in this group. — Moyenne sur l'ensemble des chaînes dans chaque groupe.

‡ Chains whose percentage sales by big-box stores exceeded the specified level. — Chaînes dont le pourcentage des ventes effectuées par les magasins grand format excède le niveau fixé.

Chains doing smaller shares of their sales through big-box stores generally have higher profit margins and faster turnovers of goods. The first result was expected. We presume big-box stores will lower prices to draw customers, yielding less profit on each item sold. Having a large share of sales generated by big-box stores has repercussions across an entire chain. The second result may be a bit of a surprise. Their larger customer base should prompt faster inventory turnovers for big-box stores. However, it is possible that their cost of goods sold (the numerator in the inventory turnover ratio) are lowered due to volume discounts. As well, inventories (the denominator) may be higher in big-box outlets, as such stores often possess enough space to carry sizeable quantities of not-yet-sold goods.

However, this technique of measuring effectiveness is no more than an approximation. Only ratios calculated at the store level can give clear answers to the question of how well big-box stores perform. Various data¹³ list sets of financial indicators for most types of businesses. Results, however, are calculated at the broad enterprise level, rather than the store level, and so lend themselves poorly to comparison.

Traditional stores must adapt

According to a study by the Retail Council of Canada,¹⁴ 36% of so-called traditional retailers consider big-box stores to be among their main competitors. How might these traditional retailers deal with this situation? Many (39%) plan to add the Internet as their key external promotion vehicle over the next few years. Electronic commerce, or home shopping, continues to grow and could result in major

Tableau 3. Marge bénéficiaire brute et rotation des stocks par groupe de chaînes (1997)

Les chaînes qui font une plus petite portion de leur chiffre d'affaires via les grandes surfaces ont pour la plupart à la fois une marge bénéficiaire brute plus élevée et une rotation des stocks plus rapide. Le premier résultat était attendu. On croit en effet que les grandes surfaces baissent les prix afin d'attirer la clientèle, ce qui entraîne un profit moindre sur chaque article vendu. L'effet d'avoir une plus grande proportion des ventes effectuées dans ce genre de magasin se répercute ainsi sur l'ensemble de la chaîne. Le second résultat peut paraître contre-intuitif sous certains aspects. En effet, une clientèle plus nombreuse (grandes surfaces) devrait impliquer que la marchandise s'écoule plus rapidement et que les stocks se renouvellent plus souvent. Cependant, il est plausible de croire que le coût des marchandises vendues (le numérateur du ratio de rotation des stocks) est inférieur pour les magasins à grande surface alors que les inventaires (le dénominateur) en fin d'exercice sont supérieurs.

Il faut toutefois être conscient que la technique utilisée est seulement une approximation. Seuls les ratios calculés au niveau des emplacements pourraient apporter une réponse claire à la question: les grandes surfaces sont-elles performantes? Il existe différents recueils¹³ dans lequel sont répertoriés une série d'indicateurs financiers pour la plupart des types d'entreprises. Les résultats sont toutefois établis sur la base du chiffre d'affaires de l'entreprise et non de la taille des magasins, ce qui rend les comparaisons difficiles.

Le commerçant traditionnel doit s'adapter

Selon une étude du Conseil canadien du commerce de détail¹⁴, 36 % des détaillants dits traditionnels considèrent les magasins à grande surface parmi leurs principaux compétiteurs. Comment ces détaillants s'ajustent-ils à cette situation? En fait, un nombre important d'entre eux (39 %) planifient l'ajout d'internet comme premier véhicule de promotion hors magasin au cours des prochaines années. Le commerce électronique, ou magasinage chez soi, est d'ailleurs en

¹³ See, for example, Statistics Canada, Catalogue No. 61F0058-XPE.¹³ Voir, par exemple Statistique Canada, n° 61F0058-XPF au catalogue.¹⁴ See Retail Council of Canada (1999).¹⁴ Voir Conseil canadien du commerce de détail (1999).

structural changes in retail trade over coming years. Furthermore a significant proportion (69%) of these retailers plan to offer personalized service as a key part of their customer strategy. Other strategies mentioned include customer loyalty programs (points, trips, etc.), better knowledge of customers and their preferences, plus more efficient stock management.

Conclusion

The evolution of big-box stores was studied at the national level for five groups of specialized stores. The first conclusion is, whatever their overall similarities may be, there are some differences in their patterns of development. There was substantial growth in the number of big-box stores for most groups between 1989 and 1997. However, this growth was weaker for the men's and women's clothing group. Similarly, the big-box market share of sales increased significantly in most cases. Sales shares generally increased more rapidly than the number of locations. A similar conclusion applies to big-box stores' shares of floor space. However, the trend observed until 1996 did not seem to sustain itself in 1997. Most often, development of big-box stores levelled, or even tapered off.

Furthermore, big-box stores in the five groups studied clearly posted lower median sales per-square-foot results than did the other specialized stores. This gap was particularly pronounced among household appliance, television, radio and stereo stores, as well as among shoe stores and women's clothing stores. However these gaps have tended to wane in most cases, particularly since 1994. It also appears, at first glance, that chains earning smaller shares of their sales through big-box stores generally have higher profit margins and faster turnovers of inventory.

In general, it is clear that big-box stores have grown substantially over a number of years. However, the simultaneous slowdown of this growth in 1997 for numerous store groups raises certain questions. Have these stores been impacted upon by adjustments made by smaller businesses? Has e-commerce started to nibble away at market shares? Could extended economic growth somehow be hobbling the expansion of big-box stores' market shares? Have other patterns emerged among different groups of specialized stores?

croissance soutenue et pourrait entraîner des changements structurels importants dans le commerce de détail au cours des années à venir. En outre, 69 % de ces détaillants miseront dans l'avenir sur le service personnalisé en tant que stratégie principale vis-à-vis leurs clients. Parmi les autres stratégies mentionnées, on retrouve les programmes de fidélisation (points, voyages, etc.), une meilleure connaissance du client et de ses goûts, de même qu'une gestion des stocks plus efficace.

Conclusion

L'évolution du commerce de détail grand format a été suivie dans l'ensemble du pays pour 5 groupes de magasins spécialisés. Le premier constat est que, quoique similaires dans leur ensemble, les profils d'évolution diffèrent quelque peu entre les groupes. La croissance du nombre de magasins grand format a été très importante pour la plupart des groupes entre 1989 et 1997. À l'inverse, une croissance plutôt timide caractérise le groupe des vêtements pour hommes et dames. De même, la part de marché des grandes surfaces au niveau des ventes a augmenté de façon importante dans la plupart des cas. Le plus souvent, les ventes ont proportionnellement crû plus rapidement que le nombre d'emplacements. Un constat semblable peut être fait en ce qui concerne la proportion de surface de plancher occupée par les magasins à grande surface. La tendance observée jusqu'en 1996 ne semble toutefois pas se poursuivre en 1997. Le plus souvent, on constate un plafonnement dans l'évolution des magasins à grande surface, ou même une légère décroissance.

Par ailleurs, les magasins grand format des 5 groupes étudiés affichent des ventes médianes par pied carré nettement inférieures à celles des autres magasins spécialisés. L'écart est particulièrement prononcé pour les magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques de même que pour les magasins de chaussures et ceux de vêtements pour dames. Dans la plupart des cas, toutefois, cet écart tend à diminuer, particulièrement depuis 1994. De plus, il semble au premier coup d'oeil que les chaînes qui font passer une plus petite portion de leur chiffre d'affaires via les grandes surfaces ont généralement une marge bénéficiaire brute plus élevée et une rotation des stocks plus rapide.

Dans l'ensemble, il est indéniable que les magasins spécialisés à grande surface ont connu une croissance importante durant plusieurs années. Toutefois, le ralentissement simultané de cette croissance en 1997 pour plusieurs groupes de magasins soulève certaines interrogations. Ces magasins subissent-ils les conséquences du réajustement des plus petits commerçants? Le commerce électronique gruge-t-il déjà des parts de marché? La croissance économique prolongée peut-elle être un frein à l'expansion des grandes surfaces? D'autres groupes de magasins spécialisés ont-ils affiché des tendances différentes?

Many factors could explain some aspects of the phenomena observed in 1997. However, it is likely that traditional market forces are the main reasons behind this slowdown. Competition implies that less effective retailers must become more efficient, otherwise they may disappear. Based on assessments of median sales per square foot, big-box stores in the five groups of specialized stores studied are less effective than smaller stores. Although this measure of effectiveness is far from perfect, and the greatest prudence should be used in interpreting this situation, it could be a precursor of future changes in big-box retailing.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer une partie du phénomène observé en 1997. Il est toutefois vraisemblable que les traditionnelles forces du marché soient les principales responsables de ce ralentissement. Une situation de concurrence implique qu'à plus ou moins long terme, il est inévitable que les détaillants les moins efficaces sont appelés à s'ajuster ou à disparaître. Selon la mesure des ventes médianes par pied carré, les magasins à grande surface des cinq groupes de magasins spécialisés étudiés sont moins efficaces que les autres. Même si cette mesure d'efficacité est très imparfaite et que la plus grande prudence est de mise dans l'interprétation de cette situation, ceci pourrait être un signe avant-coureur de nouvelles transformations à venir pour ces magasins à grande surface.

References

Genest-Laplante, Éric. "Big-box stores", in *Retail Chain and Department Stores : Fiscal year ended March 31, 1997*, Catalogue No. 63-210-XPB, Statistics Canada, Ottawa, Canada, 1998.

Genest-Laplante, Éric. "L'évolution des magasins à grande surface au Canada", analytical paper, not published, Statistics Canada, February 1999.

Jones, Ken and Doucet, Michael. "The Impact of Big-Box Development on Toronto's Retail Structure", Centre for the Study of Commercial Activity, Research Report 1999-1, Ryerson Polytechnic University, 1999.

Jones, K., Evans, W. and Smith, C. "New Formats in the Canadian Retail Economy", Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University, Toronto, 1994.

N. Barry Lyon Consultants Ltd. "New Format Retailing and the Public Interest", prepared for the Department of Municipal Affairs of Ontario, 1994.

Retail Council of Canada. "1998 State of the Industry Report", 1999.

Statistics Canada. *General Social Survey, Analysis Series No. 1: Health and Social Support, 1985*, Catalogue No. 11-612E, Ottawa, Canada, 1987.

Statistics Canada. *General Social Survey, Analysis Series No. 8: Health Status of Canadians, 1985*, Catalogue No. 11-612E, Ottawa, Canada, 1994.

Statistics Canada. *Financial Performance Indicators for Canadian Business*, Catalogue Nos. 61F0058XPE, 61F0059XPE and 61F0060XPE (3 volumes), Ottawa, Canada, 1998.

Statistics Canada. *Retail Chain and Department Stores*, Catalogue No. 63-210-XPB, Ottawa, Canada, 1989 to 1996.

Références

Genest-Laplante, Éric. «Les magasins à grande surface», dans *Magasins de détail à succursales et les grands magasins : année financière close le 31 mars 1997*, n° 63-210-XPB au catalogue, Statistique Canada, Ottawa, Canada, 1998.

Genest-Laplante, Éric. «L'évolution des magasins à grande surface au Canada», rapport de recherche, non publié, Statistique Canada, février 1999.

Jones, Ken et Doucet, Michael. «The Impact of Big-Box Development on Toronto's Retail Structure», Centre for the Study of Commercial Activity, Research Report 1999-1, Ryerson Polytechnic University, 1999.

Jones, K., Evans, W. et Smith, C. «New Formats in the Canadian Retail Economy», Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University, Toronto, 1994.

N. Barry Lyon Consultants Ltd. «La vente au détail nouvelle formule et l'intérêt public», préparé pour le Ministère des affaires municipales de l'Ontario, 1994.

Conseil canadien du commerce de détail. «1998 State of the Industry Report», 1999.

Statistique Canada. *Enquête sociale générale, série analytique #1: Santé et aide du milieu, 1985*, n° 11-612F au catalogue, Ottawa, Canada, 1987.

Statistique Canada. *Enquête sociale générale, série analytique #8: L'état de santé des Canadiens*, n° 11-612F au catalogue, Ottawa, Canada, 1994.

Statistique Canada. *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes*, n°s 61F0058XPF, 61F0059XPF et 61F0060XPF au catalogue (3 volumes), Ottawa, Canada, 1998.

Statistique Canada. *Magasins de détail à succursales et les grands magasins*, n° 63-210-XPB au catalogue, Ottawa, Canada, 1989 à 1996.

Statistics Canada. *Household Facilities and Equipment*, Catalogue No. 64-202-XPB, Ottawa, Canada, 1989 to 1997.

Statistics Canada. Cultural Industries, Activities and Events Catalogue No. 87-211-XPB, *Canada's Culture, Heritage and Identity: A Statistical Perspective 1997 Edition*. Ottawa, Canada, 1997 (original source: *National Population Health Survey*, 1994-1995).

Statistique Canada. *L'équipement ménager*, n° 64-202-XPB au catalogue, Ottawa, Canada, 1989 à 1997.

Statistique Canada. Industries, activités et manifestations culturelles, n° 87-211-XPB au catalogue, *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité : Perspective statistique, Édition 1997*. Ottawa, Canada, 1997 (source originale: *Enquête nationale sur la santé de la population*, 1994-1995).

**Service Industry
Indicators**

**Indicateurs pour
les services**

NOW AVAILABLE

Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996

You can now get *the historical labour market information* needed to complete your research project, accomplish long-term company planning or successfully resolve contract escalation questions.

This product will help you...

Identify, retrieve and process essential information for over 200 industry groups available at national, provincial and territorial levels. Also included are total number of employees (including estimates of those paid by the hour); average weekly and hourly earnings; average weekly hours worked and payrolls data.

This indispensable reference source is presented in two easy-to-load, **user friendly electronic formats** that makes accessing the data you need easier than ever before. With Adobe Acrobat software, you can easily view or print your own paper copy, while the ASCII file format lets you import the data to your preferred spreadsheet.

PLUS, also included in this issue is the "**Help-Wanted Index, 1981- 1996**" supplement. This index gives you reliable information on changes in the demand for labour for Canada, provinces, territories, regions and metropolitan areas. In fact, it is the only indicator of labour demand compiled by Statistics Canada on a regular basis.

"*Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996*" **plus** the "Help-Wanted Index, 1981 - 1996", a goldmine of information at your fingertips.

Order today! Diskette (catalogue # 72F0002XDE) or Internet version (catalogue # 72F0002XIE) for only \$120 Cdn. + GST and applicable PST or HST. **Diskette version plus paper copy** (catalogue # 10-3000XKB) for \$150 Cdn. + GST and applicable PST or HST. Prices for clients outside Canada are in US dollars and should be paid in US funds.

PF # 4007

MAINTENANT DISPONIBLE

Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996

Vous pouvez maintenant obtenir de *l'information historique sur le marché du travail* qui vous permettra de compléter votre projet de recherche, faire de la planification à long terme pour votre entreprise ou résoudre efficacement les questions touchant les clauses d'indexation de contrats.

Ce produit vous aidera à...

Identifier, recueillir et transformer des renseignements indispensables pour plus de 200 groupes d'industries, tant sur les plans national, provincial et territorial. On y retrouve de l'information sur le nombre total de salariés et de salariés rémunérés à l'heure; la rémunération hebdomadaire et horaire; les heures hebdomadaires moyennes travaillées ainsi que la rémunération brute.

Cette ressource est un outil de travail important. Elle est présentée dans deux **formats facile à télécharger et à utiliser** rendant l'accès aux données plus facile que jamais. À l'aide du logiciel Adobe Acrobat, vous pouvez facilement visualiser ou imprimer votre propre publication. Les fichiers ASCII vous permettent d'importer les données dans un chiffrier de votre choix.

De plus, cette édition contient le supplément de «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**». Cet indice vous fournit des renseignements fiables permettant de suivre les changements sur la demande de main- d'oeuvre, au niveau du Canada, les provinces et territoires, les grandes régions provinciales et les régions métropolitaines. Il s'agit en fait du seul indicateur de la demande de main- d'oeuvre produit de façon régulière par Statistique Canada.

«*Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996*» **ainsi que** «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**», sont une mine d'or à la portée de la main.

Commandez dès aujourd'hui!

Disquette (72F0002XDF au catalogue) ou version **Internet** (72F0002XIF au catalogue) pour seulement 120 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Version **disquette et papier** (10-3000XKB au catalogue) pour 150 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Les prix pour les clients de l'extérieur du Canada sont en dollars américains et doivent être payés en dollars US.

PF # 4007

PHONE / COMPOSEZ:



1-(800)-263-1136
1-(613)-951-4090

INTERNET:



order@statcan.ca
labour@statcan.ca

FAX TO / TÉLÉCOPIEZ AU:



1-(613)-951-4087

MAIL TO / ENVOYEZ À:



Statistics Canada,
Labour Division du travail
Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6

**Information and Cultural
Industries**

**Industrie de l'information
et industrie culturelle**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

A. Information and cultural industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This new Information and Cultural Industries category groups those industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming information into a commodity that is produced and distributed. Also included here are publishers, libraries, and the motion picture and sound recording industries.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Newspaper, Periodical, Book and Database Publishers (NAICS 5111):

E2831 Book Publishing Industry

E2839* Other Publishing Industries

A. Industrie de l'information et industrie culturelle

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le nouveau secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle regroupe les établissements qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que ceux dont l'activité principale consiste à transformer l'information en un bien qui est produit et distribué. Il inclut aussi les éditeurs, les bibliothèques et les industries du film et de l'enregistrement sonore.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de base de données (SCIAN 5111) :

E2831 Industrie de l'édition du livre

E2839* Autres industries d'édition

E2841 Newspapers, Magazines and Periodicals

E2849 Other Combined Publishing and Printing

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Software Publishers (NAICS 5112):

M7721* Computer Services

Motion Picture and Video Industries (NAICS 5121):

R9611* Motion Picture & Video Production

R9612* Motion Picture & Video Distribution

R9613* Motion Picture Labs & Video Prod. Facilities

R9619 Other Motion Picture, Audio & Video services

R9621 Regular Motion Picture Theatres

R9622 Outdoor Motion Picture Theatres

R9629 Other Motion Picture Exhibition

Sound Recording Industries (NAICS 5122):

E2839* Other Publishing Industries

E2849* Other Combined Publishing and Printing

E3994* Musical Instruments and Sound Recording

I5952* Musical Instruments & Accessories, Wholesale

R9614 Sound Recording Services

Radio and Television Broadcasting (NAICS 5131-5132):

H4811 Radio Broadcasting Industry

H4812 Television Broadcasting Industry

H4813 Combined Radio & Television Broadcasting

H4814 Cable Television Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

Telecommunications (NAICS 5133):

H4821 Telecommunication Carriers Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

E2841 Industries des journaux, livres et périodiques

E2849 Autres industries d'impression et d'édition combinées

M7721* Services d'informatiques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Éditeurs de logiciel (SCIAN 5112) :

M7721* Services d'informatique

Industries du film et de la vidéo (SCIAN 5121) :

R9611* Production de films et de matériel visuel

R9612* Distribution de films et de matériel visuel

R9613* Laboratoires de films et de matériel visuel

R9619 Autres services relatifs aux films et au domaine de l'audiovisuel

R9621 Salles de cinéma ordinaires

R9622 Projection de film en extérieur

R9629 Autres salles de cinéma

Industries de l'enregistrement sonore (SCIAN 5122) :

E2839* Autres industries de l'édition

E2849* Autres industries d'impression et d'édition combinées

E3994* Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique

I5952* Instruments et accessoires de musique, commerce de gros

R9614 Services d'enregistrement du son

Radiodiffusion et télédiffusion (SCIAN 5131-5132) :

H4811 Industrie de la radiodiffusion

H4812 Industrie de la télédiffusion

H4813 Industrie de la radiodiffusion et de la télédiffusion intégrées

H4814 Industrie de la télédistribution

H4839* Autres industries des télécommunications

Télécommunications (SCIAN 5133) :

H4821 Industrie de la transmission des télécommunications

H4839* Autres industries de télécommunications

Information Services and Data Processing Services (NAICS 514):

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

O8541 Library Services

O8551* Museums & Archives

R9999* Other Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Telecommunication Broadcasting (481)

Telecommunication Carriers and Other Telecommunication Industries (482, 483)

Postal and Courier Service Industries (484)

Services d'information et de traitement des données (SCIAN 514) :

M7721* Services d'informatique

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

O8541 Bibliothèques

O8551* Musées et archives

R9999* Autres services n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Diffusion des télécommunications (481)

Transmission des télécommunications et autres industries des télécommunications (482, 483)

Services postaux et de messagerie (484)

Information and Cultural Industries

Highlights — 2nd Quarter 1999

- For the sixth consecutive quarter, the communications sector enjoyed robust real GDP growth (+2.5%). As is usually the case, the engine behind the sector's growth was the telecommunication carriers and other telecommunications industry group, where output rose by 3.8% this quarter. By comparison, this was over four times the growth rate posted for the entire economy (0.9%). Such rapid growth, over the longer term, has enabled the telecommunication carriers and other telecommunications industry to increasingly comprise a larger part of the economy. Whereas the industry used to account for 2.0% of Canada's output in 1994, this proportion now stands at 2.7%.
- The rest of the communications sector was stagnant this quarter. The GDP of the broadcasting industry remained almost unchanged, while that for the postal and courier services industry dropped by 1.5%. Output for the latter industry is now \$130 million below that recorded in the final quarter of 1998.
- Employment in the information and cultural industries changed little this quarter. However, since the second quarter of 1998, these industries have shed 14,000 jobs — all of which were full-time positions. Because of this, and the addition of 2,000 part-time jobs, the proportion of the industries' workforce that is employed full-time has dropped from 85.9% to 84.9% since the second quarter of 1998.
- Job losses over the past year were particularly high in the telecommunication services (-26,000) and broadcasting (-9,000) industries. These losses were

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Pour un sixième trimestre consécutif, le secteur des communications a affiché une forte croissance, son PIB faisant un bond de 2,5 % au deuxième trimestre. Comme c'est habituellement le cas, ces résultats tiennent principalement à la solide performance du secteur des télécommunications et des autres services de télécommunications, dont la production a augmenté de 3,8 % au deuxième trimestre, ce qui est plus de quatre fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (0,9 %). Cette forte croissance a eu pour effet d'accroître la part que représente ce secteur par rapport à l'ensemble de l'économie : alors que ce secteur générait 2,0 % de la production du Canada en 1994, cette proportion s'établit maintenant à 2,7 %.
- En revanche, la production du reste du secteur des communications a été stagnante au deuxième trimestre. Ainsi, le PIB du secteur de la diffusion est demeuré pratiquement inchangé, alors qu'un recul de 1,5 % a été enregistré dans les services postaux et de messagerie. Dans ce dernier secteur, la production a reculé de 130 millions de dollars depuis le dernier trimestre de 1998.
- Peu de changements ont été observés au niveau de l'emploi dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle, au deuxième trimestre. Depuis le deuxième trimestre de 1998, toutefois, 14 000 emplois — tous à temps plein — ont été perdus. Or ces pertes, combinées à la création de 2 000 emplois à temps partiel, ont eu pour effet de réduire la proportion d'emplois à temps plein dans ces secteurs, laquelle est passée de 85,9 % à 84,9 % en un an.
- Les pertes d'emploi au cours de la dernière année ont été particulièrement importantes dans les services de télécommunications (-26 000) et le secteur de la

Key Services Indicators

(change from last quarter)

Employment*	↓ 3.6%
Salaries	↑ 0.6%
GDP	↑ 2.5%

From same quarter last year.

Indicateurs clés des services

(variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↓ 3,6 %
Rémunération	↑ 0,6 %
PIB	↑ 2,5 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

somewhat offset by the addition of 13,000 jobs in the motion picture and video industry, of which 11,000 were full-time positions.

- Average wages and salaries in the communications sector rose by 0.6% this quarter, even though they fell by 0.4% in the overall economy. The most rapid growth occurred in the postal and courier services industry where average remuneration climbed by 4.2%.
- Meanwhile, a decline of 2.1% was recorded in the telecommunication carriers and other telecommunications industry. Despite its continued output growth, this industry's average remuneration has declined in four of the past five quarters. Indeed, since the first quarter of 1998, the industry's average wages and salaries have fallen by 3.5%, even without taking inflation into account. This drop may be due to a decline in the proportion of industry employment that is full-time in nature.

radiotélévision (-9 000). Ces pertes ont été quelque peu neutralisées par l'ajout de 13 000 emplois dans la branche du film et de la vidéo, dont 11 000 étaient des emplois à temps plein.

- La rémunération moyenne dans le secteur des communications a progressé de 0,6 % au deuxième trimestre, alors qu'elle a diminué de 0,4 % dans l'ensemble de l'économie. Ce sont les travailleurs des services postaux et de messagerie qui ont enregistré la hausse la plus rapide de leur rémunération moyenne ayant progressé de 4,2 %.
- Pendant ce temps, une diminution de 2,1 % a été enregistrée dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications, ceci constituant une quatrième baisse au cours des cinq derniers trimestres. De fait, malgré un accroissement continu de la production de ce secteur, la rémunération moyenne des employés a reculé de 3,5 % (sans tenir compte de l'inflation) depuis le dernier trimestre de 1998. Ce recul pourrait être dû à une diminution de la proportion des emplois à temps plein.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment

Graphique A1. Emploi

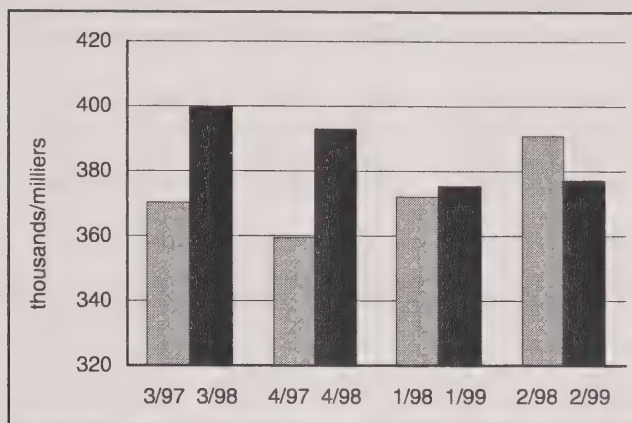


Chart A2. Average wages and salaries

Graphique A2. Rémunération et salaires

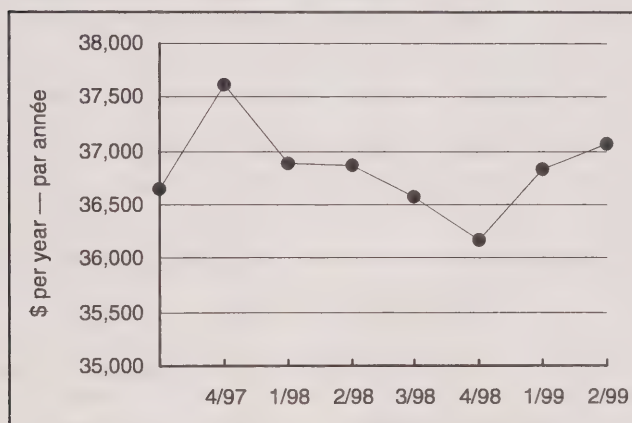


Chart A3. GDP

Graphique A3. PIB

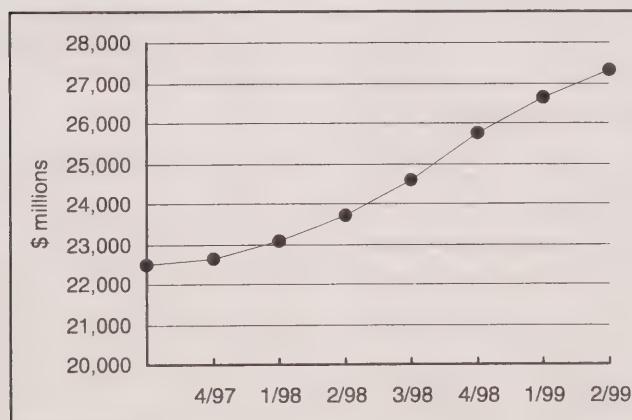


Table A1. Communications, annualized GDP at factor cost**Tableau A1. Communications, PIB annualisé au coût des facteurs**

1997			1998				1999		
III	IV		I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Broadcasting	3,503	3,598	3,690	3,703	3,749	3,863	3,942	3,951	Diffusion
Carriers/other telecom.	15,355	15,675	15,738	16,330	17,141	18,187	19,050	19,766	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	3,611	3,375	3,666	3,650	3,681	3,717	3,641	3,587	Services postaux/messagerie
Total communications	22,469	22,648	23,094	23,683	24,572	25,768	26,633	27,303	Total des communications
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	1.4	2.7	2.6	0.4	1.2	3.0	2.0	0.2	Diffusion
Carriers/other telecom.	1.7	2.1	0.4	3.8	5.0	6.1	4.7	3.8	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-1.8	-6.5	8.6	-0.4	0.8	1.0	-2.0	-1.5	Services postaux/messagerie
Total communications	1.1	0.8	2.0	2.6	3.8	4.9	3.4	2.5	Total des communications
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Broadcasting	0.50	0.51	0.52	0.52	0.52	0.53	0.54	0.53	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.18	2.21	2.21	2.28	2.39	2.51	2.60	2.67	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.51	0.48	0.51	0.51	0.51	0.51	0.50	0.49	Services postaux/messagerie
Total communications	3.19	3.20	3.24	3.31	3.43	3.55	3.64	3.69	Total des communications

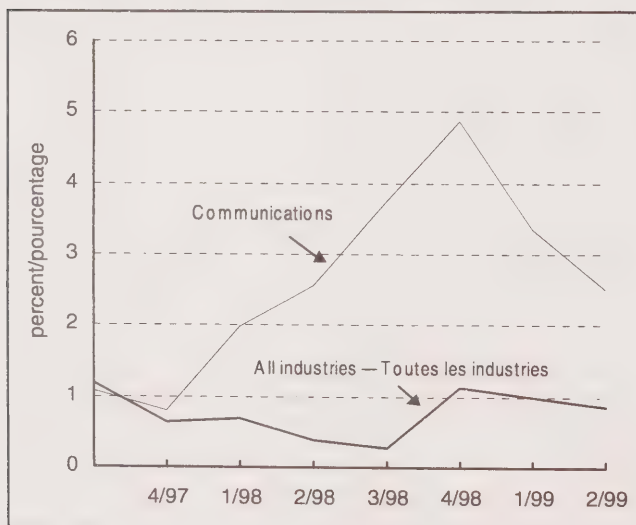
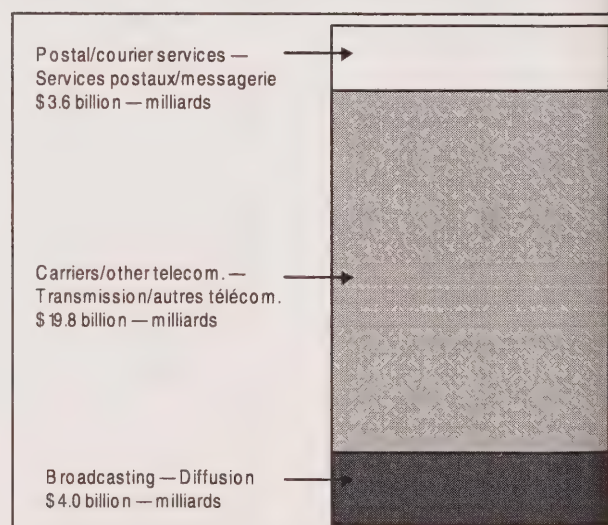
Chart A4. GDP nominal growth rates**Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart A5. Output of communications group of industries****Graphique A5. Production du groupe des communications**

Table A2. Information and cultural industries, employment

Tableau A2. Industrie de l'information et industrie culturelle, emploi

	1997		1998				1999	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II
	thousands — milliers							
Employment								
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	85	83	80	79	75	73	77	81
Motion picture/video indust's	39	27	29	30	28	32	42	43
Sound recording industries	4	3	4	4	4	4	4	4
Broadcasting	51	59	66	64	59	58	57	55
Telecommunications services	159	153	159	182	193	182	160	156
Information/data processing	32	35	35	33	40	44	34	38
Total	371	360	372	391	400	393	375	377
Full-time	321	305	317	336	338	329	318	320
Part-time	50	55	55	55	61	64	57	57

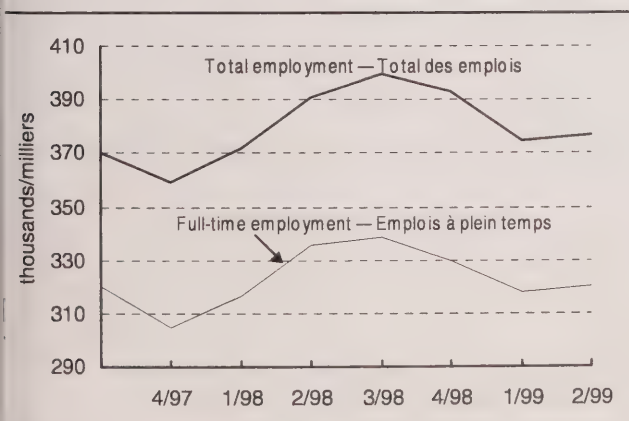
Emploi

Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Industries du film et de la vidéo
Indust. de l'enregistrement sonore
Radiotélévision
Services de télécommunications
Information/traitement des données
Total
Plein temps
Temps partiel

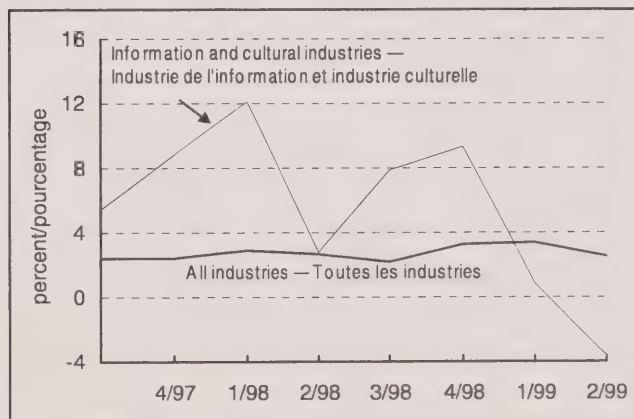
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)	
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	8.2	1.6	0.4	-11.5	-12.2	-12.5	-3.0	2.8	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels	
Motion picture/video indust's	37.1	3.1	18.9	-23.9	-27.1	18.6	44.3	43.3	Industries du film et de la vidéo	
Sound recording industries	..	16	56.5	-22.4	-9.5	44.8	16.7	5.3	Indust. de l'enregistrement sonore	
Broadcasting	-20.0	10.9	46.1	24.5	16.7	-1.7	-12.7	-13.4	Radiotélévision	
Telecommunications services	9.2	13.2	6.3	10.3	21.1	19.0	0.9	-14.4	Services de télécommunications	
Information/data processing	-5.8	10.2	12.4	5.5	25.2	27.4	-3.1	15.9	Information/traitement des données	
Total	5.4	8.9	12.1	2.8	7.8	9.3	0.8	-3.6	Total	
Full-time	5.6	7.9	13.6	4.0	5.6	8.0	0.5	-4.7	Plein temps	
Part-time	4.6	15.4	4.3	-4.2	22.2	16.3	2.5	2.9	Temps partiel	
Overall economy									Taux de croissance de	
growth rates (%)									l'économie totale (%)	
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total	
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps	
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel	

Chart A6. Employment¹Graphique A6. Emploi¹

The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart A7. Employment growth rates²Graphique A7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table A3. Communications, average wages and salaries

Tableau A3. Communications, rémunération

1997			1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Broadcasting	43,490	44,066	43,551	43,268	42,936	42,710	43,101	43,617	Diffusion
Carriers/other telecom.	44,491	44,888	44,893	44,782	44,279	43,629	44,240	43,302	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	26,937	26,738	27,048	27,349	27,232	27,084	27,797	28,973	Services postaux/messagerie
Total communications	36,646	37,624	36,876	36,874	36,571	36,167	36,824	37,059	Total communications
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale

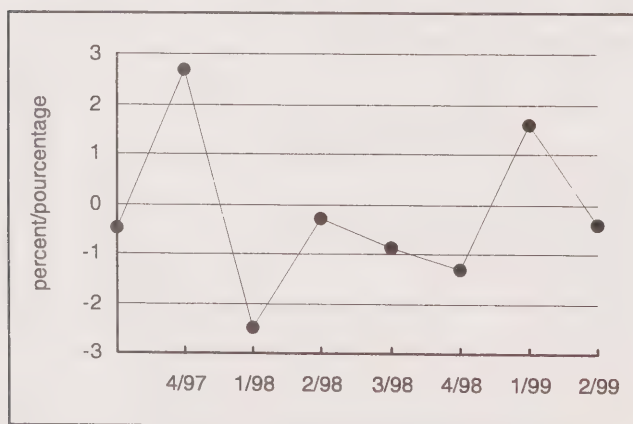
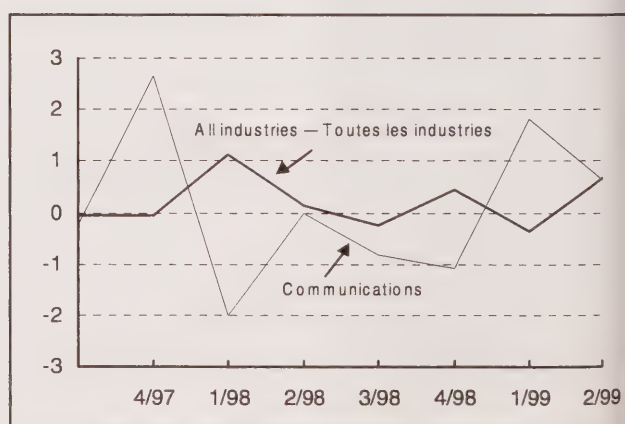
Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)										Taux de variation (%)
Broadcasting	-0.6	1.3	-1.2	-0.6	-0.8	-0.5	0.9	1.2		Diffusion
Carriers/other telecom.	-0.2	0.9	0.0	-0.2	-1.1	-1.5	1.4	-2.1		Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.1	-0.7	1.2	1.1	-0.4	-0.5	2.6	4.2		Services postaux/messagerie
Total communications	-0.2	2.7	-2.0	-0.0	-0.8	-1.1	1.8	0.6		Total communications
CPI-adjusted rates of change (%)										Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Broadcasting	-0.9	1.4	-1.7	-0.9	-0.9	-0.7	0.6	0.1		Diffusion
Carriers/other telecom.	-0.5	1.0	-0.5	-0.5	-1.2	-1.6	1.1	-3.1		Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.1	-0.7	0.6	0.8	-0.5	-0.7	2.4	3.1		Services postaux/messagerie
Total communications	-0.5	2.7	-2.5	-0.3	-0.9	-1.3	1.6	-0.4		Total communications
Nominal growth rates (%)										Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7		Économie totale

Chart A8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in communications

Graphique A8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les communications

Chart A9. Wage and salary growth rates¹Graphique A9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Finance and Insurance
Industries**

Finance et assurances

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

B. Finance and Insurance Industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Finance and Insurance section covers establishments primarily engaged in financial transactions, or in facilitating financial transactions. Included are establishments that are primarily engaged in: financial intermediation; the pooling of risk by underwriting annuities and insurance; and/or providing specialized services that facilitate or support financial intermediation, insurance and employee benefit programs.

Please note that, compared to previous issues of *Services Indicators*, a major difference in coverage for this section is that it now excludes data for the real estate services industry. These data can instead be located in the Other Services Industries section.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

B. Finance et assurances

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de la finance et des assurances couvre les établissements dont l'activité principale consiste à effectuer des opérations financières ou à en faciliter l'exécution. Sont compris les établissements dont l'activité principale est l'intermédiation financière, la mise en commun des risques par la souscription à des contrats d'assurance de rente et à d'autres formes de contrats d'assurance, et(ou) la fourniture de services spécialisés qui facilitent ou complètent des programmes d'intermédiation financière, d'assurance et d'avantages sociaux.

Il convient de souligner que, par rapport aux numéros précédents d'*Indicateurs des services*, on a modifié considérablement la couverture de la présente section, puisque celle-ci ne contient plus les données sur les services immobiliers, qui figurent maintenant dans la section consacrée aux autres industries de services.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Monetary Authorities – Central Bank (NAICS 521)

K7011 Central Bank

Autorités monétaires – Banque centrale (SCIAN 521)

K7011 Banque centrale

**Depository Credit Intermediation Services
(NAICS 5221)**

K7021 Chartered Banks

K7029 Other Banking-Type Intermediaries

K7031* Trust Companies

K7042 Co-operative Mortgage Companies

K7051 Local Credit Unions

K7099 Other Deposit Accepting Intermediaries

Intermédiation financière par le biais de dépôts (SCIAN 5221)

K7021 Banques à charte

K7029 Autres intermédiaires de type de bancaire

K7031* Sociétés de fiducie

K7042 Fiducies coopératives de prêt hypothécaire

K7051 Caisses locales d'épargne et de crédit

K7099 Autres intermédiaires de dépôts

**Non-Depository Credit Intermediation Services
(NAICS 5222)**

K7111 Consumer Loan Companies

K7121 Sales Finance Companies

K7122 Credit Card Companies

K7123 Factoring Companies

K7124* Financial Leasing Companies

K7129 Other Business Financing Companies

K7221 Mortgage Investment Companies

K7229 Other Mortgage Companies

J6591* Second-Hand Merchandise Stores n.e.c.
(pawnshops)**Intermédiation financière non faite par le biais de
dépôts (SCIAN 5222)**

K7111 Sociétés de prêt à la consommation

K7121 Sociétés de financement des ventes

K7122 Sociétés de cartes de crédit

K7123 Sociétés d'affacturage

K7124* Sociétés de crédit-bail

K7129 Autres sociétés de financement des entreprises

K7221 Sociétés de placement hypothécaire

K7229 Autres sociétés de prêt hypothécaire

J6591* Magasins de marchandises d'occasion n.c.a. (prêteurs
sur gage)**Mortgage and Non-mortgage Loan Brokers
(NAICS 5223)**

K7052 Central Credit Unions

K7421 Mortgage Brokers

K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

**Courtiers en prêt hypothécaire et non hypothécaire
(SCIAN 52231)**

K7052 Caisses centrales d'épargne et de crédit

K7421 Courtiers en prêts hypothécaires

K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

**Securities, Commodity Contracts, and Other
Financial Investment Activities (NAICS 523)**

K7031* Trust Companies

K7125 Venture Capital Companies

K7211* Investment (Mutual) Funds

K7212* Retirement Savings Funds

K7214 Investment Companies

K7222* Real Estate Investment Trusts

**Valeurs mobilières, contrats de marchandises et autres
activités d'investissement financier connexes (SCIAN 523)**

K7031* Sociétés de fiducie

K7125 Société de capital à risque

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)

K7212* Fonds d'épargne-retraite

K7214 Sociétés d'investissement

K7222* Fiducies de placement immobilier

K7291* Trusteed Pension Funds
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.
 K7411 Investment Dealers
 K7412 Stock Brokers
 K7413 Commodity Brokers
 K7431 Stock Exchanges
 K7432 Commodity Exchanges
 K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Insurance Carriers (NAICS 5241)

K7311 Life Insurers
 K7321 Deposit Insurers
 K7331* Health Insurers
 K7339* Other Property & Casualty Insurers

Insurance Agencies and Brokerages (NAICS 5242)

L7611* Insurance & Real Estate Agencies
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Pension Funds (NAICS 5261)

K7213* Segregated Funds
 K7291* Trusteed Pension Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Other Funds and Financial Vehicles (NAICS 5269)

K7211* Investment (Mutual) Funds
 K7212* Retirement Savings Funds
 K7213* Segregated Funds
 K7222* Real Estate Investment Trusts
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

K7291* Caisses de retraite en fiducie
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.
 K7411 Négociations de titres
 K7412 Courtiers boursiers
 K7413 Courtiers en marchandises
 K7431 Bourses des valeurs
 K7432 Bourses des marchandises
 K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Sociétés d'assurance (SCIAN 5241)

K7311 Sociétés d'assurance-vie
 K7321 Sociétés d'assurance-dépôt
 K7331* Sociétés d'assurance-santé
 K7339* Autres sociétés d'assurance-biens et services divers

Agences et courtiers d'assurances et autres activités liées à l'assurance (SCIAN 5242)

L7611* Agences d'assurances et agences immobilières
 M7799* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Caisses de retraite (SCIAN 5261)

K7213* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7291* Fonds d'épargne-retraite
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Autres fonds et instruments financiers (SCIAN 5269)

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7212* Fonds d'épargne-retraite
 K7213* Caisses séparées
 K7222* Fiducies de placement immobilier
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Employment data for NAICS categories 521 and 526 are not shown in this section because they are suppressed. This occurs whenever an industry's employment is estimated to be less than 1,500.

Les données sur l'emploi pour catégories les 521 et 526 du SCIAN ne figurent pas dans cette section parce qu'elles ont été supprimées. Cela se produit lorsqu'on estime que l'emploi dans une industrie sera inférieur à 1,500.

For more general information on the NAICS, please refer to A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Chartered Banks and Other Deposit-Accepting Institutions (701, 702, 709)

Trust Companies and Deposit-Accepting Mortgage Companies (703, 704)

Credit Unions (705)

Insurance (73)

Other Financial Intermediaries (71, 72, 74)

Real Estate Operators (except Developers) (75)

Insurance and Real Estate Agents (76)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Banques à charte et autres intermédiaires financiers de dépôts (701, 702, 709)

Sociétés de fiducie et sociétés de prêt hypothécaire des dépôts (703, 704)

Caisses d'épargne et de crédit (705)

Assurances (73)

Autres intermédiaires financiers (71, 72, 74)

Services immobiliers (sauf les lotisseurs) (75)

Agences d'assurances et agences immobilières (76)

Finance and Insurance

Highlights — 2nd Quarter 1999

- Following two quarters of contraction, output for the finance, insurance and real estate group of industries climbed by a robust 1.8% this quarter, twice the GDP growth rate for the overall economy.
- This industry group's growth was most rapid in the real estate and insurance agents industry, where output soared by 8.2% this quarter. This was likely due to increased housing market activity. In addition, the other financial intermediaries industry's output rose for the ninth consecutive quarter, this time by 3.0%.
- A second quarter GDP increase of 0.8% for banks partially offset this industry's GDP declines of the two previous quarters. Meanwhile, the output of credit unions and insurance companies changed little this quarter. Indeed, output for the insurance industry has been depressed for some time. The industry's GDP is now 2.9% lower in real terms than it was in the second quarter of 1997.
- Employment in the finance and insurance industries has continued to grow at a healthy clip. The sector's workforce grew by 7,000 this quarter to reach 636,000, its highest level of the entire 1987-99 period.
- Most of the 7,000 jobs added this quarter were full-time, and concentrated in the securities and commodity contract services industry. This quarter also saw a 11.2% surge in self-employment in the finance and insurance industry group.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 10.2%
Salaries	↑ 1.6%
GDP	↑ 1.8%

* From same quarter last year.

Finance et assurances

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Après deux trimestres à la baisse, l'activité dans le groupe des finances, des assurances et de l'immobilier a grimpé de 1,8 % au deuxième trimestre, ce qui est deux fois supérieur au taux de croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie.
- Ce sont les agents immobiliers et les agents d'assurance qui ont enregistré les progressions les plus appréciables, leur activité ayant grimpé de 8,2 % ce trimestre-ci — une situation que l'on attribue probablement à la relance du marché de l'habitation. Pour leur part, les autres intermédiaires financiers ont accru leur production pour un neuvième trimestre consécutif, cette fois-ci de 3,0 %.
- La hausse de 0,8 % du PIB des banques, au deuxième trimestre, a permis de compenser partiellement les reculs des deux trimestres précédents. En revanche, la production des coopératives de crédit et des sociétés d'assurance est demeurée pratiquement inchangée. De fait, la production dans le secteur des assurances est en baisse depuis quelque temps déjà, le PIB ayant reculé de 2,9 %, en chiffres absolus, depuis le deuxième trimestre de 1997.
- L'emploi dans le groupe des finances et des assurances a continué de progresser, avec la création de 7 000 emplois au deuxième trimestre. Ceci porte à 636 000 le nombre d'emplois dans ce secteur, un sommet pour la période de 1987 à 1999.
- La plupart des 7 000 nouveaux emplois au deuxième trimestre sont des emplois à temps plein, concentrés principalement dans les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises. Notons également une hausse de 11,2 % des emplois indépendants dans le groupe de la finance et des assurances, au deuxième trimestre.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 10,2 %
Rémunération	↑ 1,6 %
PIB	↑ 1,8 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Compared to the second quarter of 1998, the finance and insurance industries now employ 59,000 more people, an increase of 10.2%. This was four times the rate of employment growth recorded for the overall economy. Of the jobs added in the past year, 86% were full-time and 28% involved self-employment. Indeed, self-employment in these industries has soared by 39.6% over the last four quarters, although it still remains below levels that were posted seven quarters ago.
- Of the 59,000 jobs added in the past four quarters, 25,000 were in the depository credit intermediation industry, and virtually all of these added positions had full-time hours. As well, another 18,000 jobs were added in the securities and commodity contract services industry. This represented a 24.0% increase over the industry's employment level of four quarters ago.
- The insurance industry, after shedding 7.6% of its workforce in 1998, has seen its workforce grow in 1999. Employment this quarter is 4.6% above what it was in the second quarter of 1998. However, more than two-thirds of the 9,100 jobs added in the insurance industry were part-time. Indeed relative to the second quarter of last year, part-time employment in the insurance industry has risen 46%.
- Average wages and salaries in the finance, insurance and real estate industries increased by 1.6% this quarter, more than twice the growth rate posted in the rest of the economy. It also marked the third consecutive quarter in which average remuneration in this industry group has climbed.
- Average wages and salaries rose in each of the group's industries, with the sharpest increases going to those employed by credit unions (+2.4%), the other financial intermediaries industry (+1.9%) and banks (+1.8%).
- Compared to the second quarter of 1998, employees in the real estate operators industry have benefited from a 5.8% average remuneration gain. Sharp increases were also recorded for employees of chartered banks (+3.1%), credit unions (+2.6%) and insurance companies (+2.0%). By contrast, a 5.8% decline in average wages and salaries occurred in the other financial intermediaries industry. Nevertheless, the average remuneration in this industry (\$48,994) is still 55% higher than the average for the entire economy.
- Ce groupe embauche aujourd'hui 59 000 employés de plus qu'au deuxième trimestre de 1998. Il s'agit là d'une hausse de 10,2 %, ce qui est quatre fois le taux de croissance de l'emploi dans l'ensemble de l'économie. Parmi les emplois créés au cours de la dernière année, 86 % sont des emplois à temps plein et 28 %, des emplois indépendants. De fait, les emplois indépendants dans ce groupe ont fait un bond appréciable de 39,6 % au cours des quatre derniers trimestres; ils demeurent malgré tout inférieurs aux niveaux atteints il y a sept trimestres.
- Parmi les 59 000 nouveaux emplois créés en un an, 25 000 l'ont été dans les services d'intermédiation financière par le biais de dépôts, la presque totalité étant des emplois à temps plein. De plus, 18 000 emplois ont été créés dans les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises, ce qui représente une hausse de 24,0 % par rapport au niveau d'emploi d'il y a quatre trimestres.
- Après une réduction de 7,6 % en 1998, les effectifs du secteur des assurances s'accroissent en 1999. L'emploi au deuxième trimestre est ainsi de 4,6 % supérieur à ce qu'il était au deuxième trimestre de 1998. À noter toutefois que plus des deux tiers des 9 100 emplois créés dans le secteur des assurances sont à temps partiel. De fait, la proportion des emplois à temps partiel dans ce secteur a grimpé de 46 % en un an.
- La rémunération moyenne dans le groupe des finances, des assurances et de l'immobilier a augmenté de 1,6 % au deuxième trimestre, ce qui est plus de deux fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie. Ceci marque également un troisième trimestre consécutif durant lequel la rémunération moyenne est en hausse dans ce groupe.
- La rémunération moyenne a augmenté dans chacun des secteurs du groupe, les progressions les plus notables étant réalisées par les employés des coopératives de crédit (+2,4 %), des autres intermédiaires financiers (+1,9 %) et des banques (+1,8 %).
- Depuis le deuxième trimestre de 1998, les employés du secteur de l'immobilier ont vu leur rémunération moyenne grimper de 5,8 %. De fortes hausses ont aussi observées dans les banques à charte (+3,1%), les coopératives de crédit (+2,6 %) et les sociétés d'assurance (+2,0 %). À l'inverse, un recul de 5,8 % a été enregistré chez les autres intermédiaires financiers. La rémunération moyenne dans ce dernier secteur (48 994 \$) demeure malgré tout de 55 % supérieure à la moyenne pour l'ensemble de l'économie.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

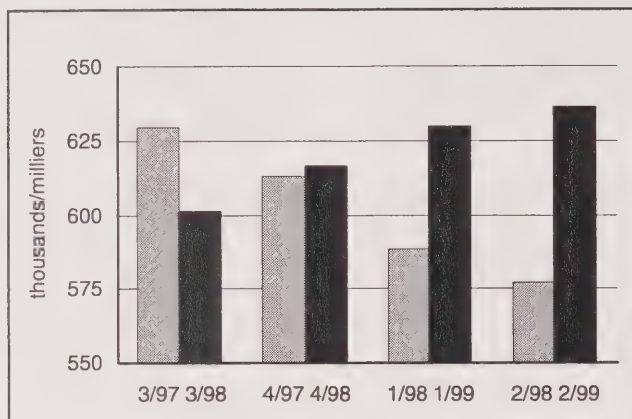


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

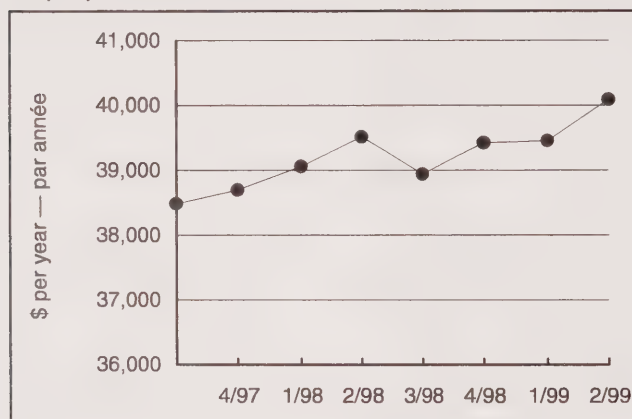


Chart B3. GDP

Graphique B3. PIB

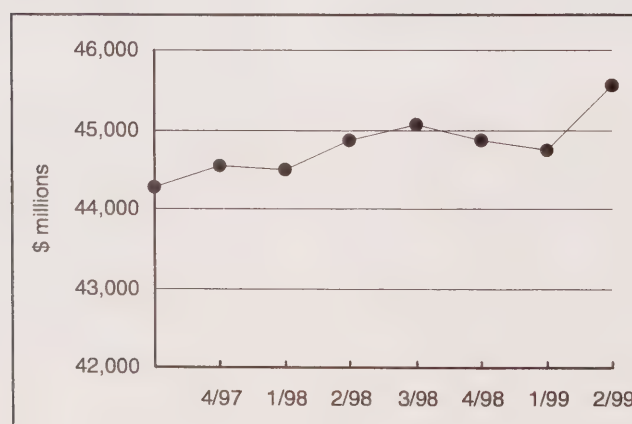


Table B1. Finance, insurance and real estate, annualized GDP at factor cost**Tableau B1. Finance, assurances et services immobiliers, PIB annualisé au coût des facteurs**

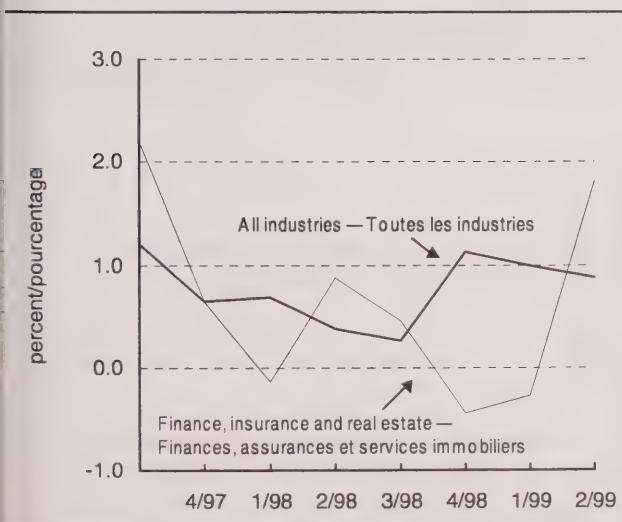
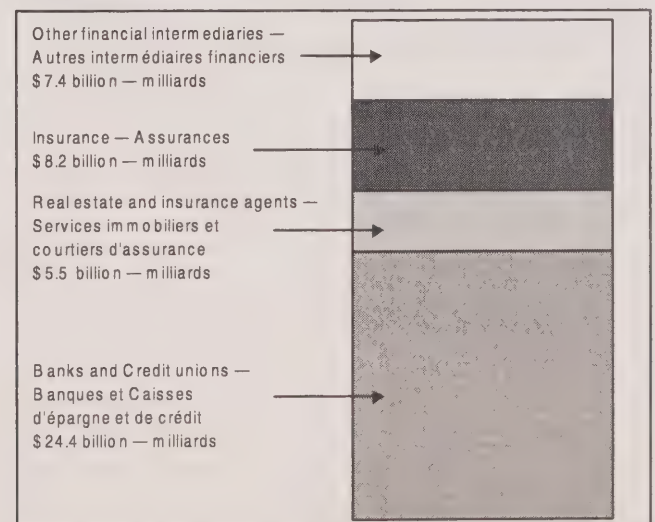
	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Banks*	22,120	22,432	22,505	22,665	22,761	22,689	22,526	22,696	Banques*
Credit unions	1,664	1,672	1,677	1,686	1,704	1,715	1,726	1,725	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	8,414	8,439	8,332	8,269	8,300	8,347	8,201	8,208	Assurances
Other finan. intermediaries	6,754	6,870	6,922	7,060	7,109	7,118	7,185	7,400	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	5,308	5,135	5,047	5,189	5,199	5,001	5,106	5,525	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	44,260	44,548	44,483	44,869	45,073	44,870	44,744	45,554	Total du groupe
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Banks*	3.5	1.4	0.3	0.7	0.4	-0.3	-0.7	0.8	Banques*
Credit unions	0.2	0.5	0.3	0.5	1.1	0.6	0.6	-0.1	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-0.4	0.3	-1.3	-0.8	0.4	0.6	-1.7	0.1	Assurances
Other finan. intermediaries	4.7	1.7	0.8	2.0	0.7	0.1	0.9	3.0	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	-1.1	-3.3	-1.7	2.8	0.2	-3.8	2.1	8.2	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	2.2	0.7	-0.1	0.9	0.5	-0.5	-0.3	1.8	Total du groupe
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Banks*	3.14	3.17	3.16	3.17	3.17	3.13	3.07	3.07	Banques*
Credit unions	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.23	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	1.20	1.19	1.17	1.16	1.16	1.15	1.12	1.11	Assurances
Other finan. intermediaries	0.96	0.97	0.97	0.99	0.99	0.98	0.98	1.00	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	0.75	0.73	0.71	0.73	0.72	0.69	0.70	0.75	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	6.29	6.29	6.24	6.27	6.28	6.19	6.11	6.16	Total du groupe

Includes the central bank, banks and other deposit accepting institutions.

* Inclut la banque centrale, les banques et les autres établissements de dépôts.

Chart B4. GDP nominal growth rates**Graphique B4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries****Graphique B5. Production du groupe de finance, assurances et services immobiliers**

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B2. Finance and insurance industries, employment

Tableau B2. Finance et assurances, emploi

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
	thousands — milliers								
Employment									Emploi
Depository credit intermediation	302	296	286	279	296	308	307	304	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	20	19	18	20	22	24	18	19	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	7	5	5	4	5	6	8	9	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	82	80	82	77	79	84	89	95	Valeurs mobili./contrats de march.
Insurance services	217	211	196	195	198	193	204	204	Assurances
Total	629	613	588	577	601	616	629	636	Total
Full-time	550	536	520	508	528	535	552	558	Plein temps
Part-time	80	78	69	69	73	82	77	78	Temps partiel
Self employment*	63	54	47	43	50	51	54	60	Travail autonome*

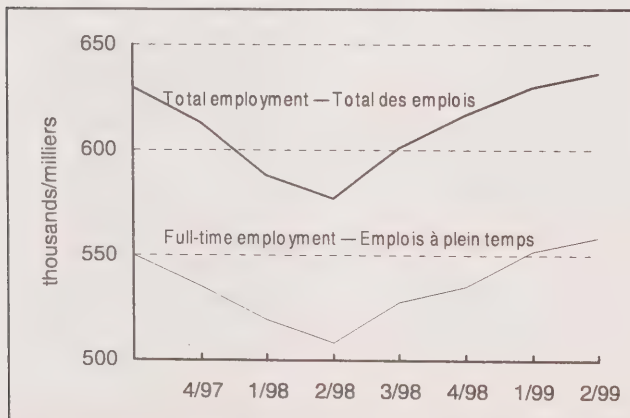
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)		Taux de variation (%)							
Depository credit intermediation	2.7	-2.8	-6.8	-7.1	-2.0	3.9	7.2	8.8	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	-11.1	-1.1	-3.7	4.6	8.5	29.2	-3.8	-6.4	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	69.2	47.2	65.5	-14.6	-30.3	5.7	56.3	119.5	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	23.3	38.1	50.2	15.0	-3.9	4.6	8.8	24.0	Valeurs mobili./contrats de march.
Insurance services	4.2	4.5	-4.4	-8.0	-9.1	-8.7	4.3	4.6	Assurances
Total	5.3	4.1	-0.1	-4.5	-4.5	0.5	7.0	10.2	Total
Full-time	4.1	4.6	1.7	-4.2	-4.0	-0.1	6.3	9.9	Plein temps
Part-time	14.2	0.8	-11.8	-6.2	-8.1	4.9	12.5	12.7	Temps partiel
Self employment*	25.3	14.7	-8.9	-27.6	-20.6	-4.6	14.3	38.6	Travail autonome*
Overall economy growth rates (%)		Taux de croissance de l'économie totale (%)							
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel
Self-employment	11.9	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	4.8	Travail autonome

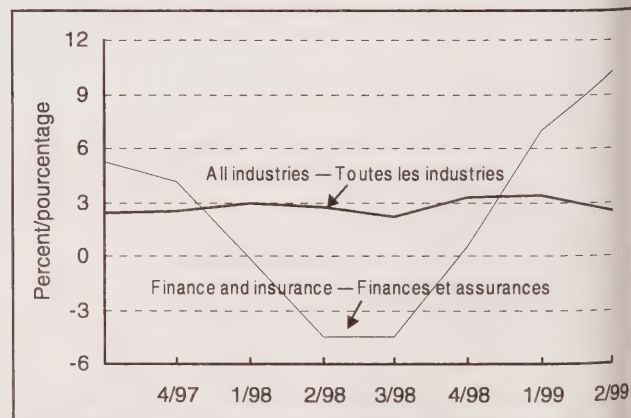
* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart B6. Employment¹Graphique B6. Emploi¹

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

See definitions and concepts at the end of publication

Chart B7. Employment growth rates²Graphique B7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B3. Finance, insurance and real estate, average wages and salaries

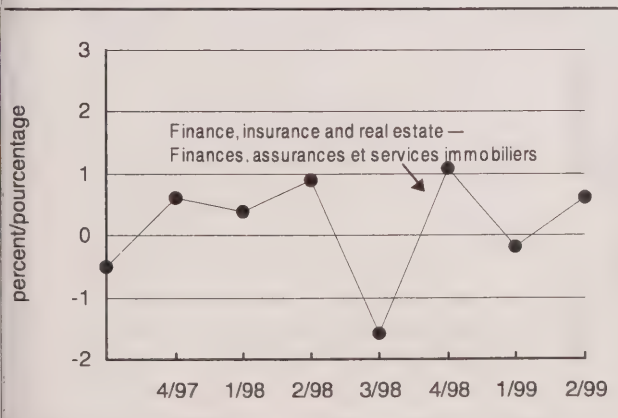
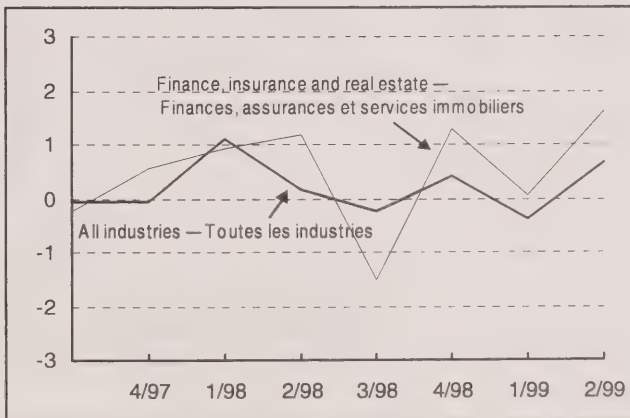
	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
All employees	current dollars per year — dollars courants par année								Tous les employés
Chartered banks	34,553	35,105	35,465	35,480	35,542	35,984	35,965	36,596	Banques à charte
Trust/mortg. companies	35,448	35,577	35,760	36,068	35,898	36,382	36,187	36,343	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	33,155	33,755	35,080	35,407	35,841	36,114	35,477	36,315	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	42,593	43,443	45,400	47,091	46,164	46,383	47,610	48,043	Assurances
Other finan. intermediaries	52,008	51,690	50,985	51,993	49,557	49,398	48,071	48,994	Autres interm. financiers
Real estate operators	30,261	29,802	29,334	28,724	28,852	30,250	30,280	30,393	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	36,142	35,821	36,161	36,628	36,449	36,435	36,611	37,153	Agences (assur./immob.)
Total	38,480	38,701	39,066	39,528	38,935	39,434	39,449	40,091	Total
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

Percent change (%)		from last quarter — par rapport au dernier trimestre						Taux de variation (%)	
Chartered banks	-0.6	1.6	1.0	0.0	0.2	1.2	-0.1	1.8	Banques à charte
Trust/mortg. companies	6.1	0.4	0.5	0.9	-0.5	1.3	-0.5	0.4	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	3.2	1.8	3.9	0.9	1.2	0.8	-1.8	2.4	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-2.0	2.0	4.5	3.7	-2.0	0.5	2.6	0.9	Assurances
Other finan. intermediaries	-2.2	-0.6	-1.4	2.0	-4.7	-0.3	-2.7	1.9	Autres interm. financiers
Real estate operators	0.6	-1.5	-1.6	-2.1	0.4	4.8	0.1	0.4	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	2.2	-0.9	0.9	1.3	-0.5	-0.0	0.5	1.5	Agences (assur./immob.)
Total	-0.2	0.6	0.9	1.2	-1.5	1.3	0.0	1.6	Total
CPI-adjusted rates									
Percent change (%)								Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Chartered banks	-0.8	1.7	0.5	-0.2	0.1	1.1	-0.3	0.7	Banques à charte
Trust/mortg. companies	5.9	0.4	0.0	0.6	-0.6	1.2	-0.8	-0.6	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	3.0	1.9	3.4	0.7	1.1	0.6	-2.0	1.3	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-2.3	2.1	3.9	3.5	-2.1	0.3	2.4	-0.1	Assurances
Other finan. intermediaries	-2.5	-0.6	-1.9	1.7	-4.8	-0.5	-2.9	0.9	Autres interm. financiers
Real estate operators	0.4	-1.5	-2.1	-2.3	0.3	4.7	-0.2	-0.7	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	2.0	-0.8	0.4	1.0	-0.6	-0.2	0.2	0.4	Agences (assur./immob.)
Total	-0.5	0.6	0.4	0.9	-1.6	1.1	-0.2	0.6	Total
Nominal growth rates (%)									
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale

Chart B8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted)

Graphique B8. Taux de croissance de la rémunération ajustés selon l'IPC)

Chart B9. Wage and salary growth rates¹Graphique B9. Taux de croissance de la rémunération¹¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.

Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication



Analytical Studies

Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Professional, Scientific
and Technical Services
Industries**

**Services professionnels,
scientifiques et
techniques**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

C. Professional, Scientific and Technical Services Industries

C. Services professionnels, scientifiques et techniques

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Professional, Scientific and Technical Services section offers coverage of establishments primarily engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider, and expertise is what each of these industries sells. The distinguishing feature of this sector is that most of its industries have production processes that are wholly dependent on worker skills, therefore equipment and materials are relatively less important. Nevertheless, this section's industry coverage resembles that which was offered in the business services sections of previous issues of *Services Indicators*.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques comprend les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de service, et l'expertise est ce que vend chacun de ces établissements. Ce secteur se distingue par le fait qu'il comprend surtout des établissements dont les procédés de production dépendent entièrement des compétences des employés et dans lesquels le matériel et l'outillage jouent un rôle relativement moins important. Néanmoins, la couverture de ce secteur est semblable à celle des sections sur les services aux entreprises des numéros antérieurs d'*Indicateurs des services*.

Vous trouverez la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Legal Services (NAICS 5411)

7761* Offices Of Lawyers & Notaries

7799* Other Business Services n.e.c.

9999* Other Services n.e.c.

Services juridiques (SCIAN 5411)

M7761* Études d'avocats et de notaires

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Accounting, Tax Preparation, Bookkeeping and Payroll Services (NAICS 5412)

7731 Offices Of Chartered & Certified Accountants

7739* Other Accounting & Bookkeeping

Services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paie (SCIAN 5412)

M7731 Bureaux de comptables et d'experts-comptables

M7739* Autres services de comptabilité et de tenue de livres

Architectural, Engineering and Related Services (NAICS 5413)

0229* Other Services Inc to Agricultural Crops

4499* Other Services Inc. to Construction n.e.c.

4513* Non-Scheduled Air Transport Specialty Service

7751 Offices Of Architects

7752 Offices Of Engineers

7759* Other Scientific & Technical Services

7799* Other Business Services n.e.c.

8684* Public Health Laboratories

Architecture, génie et services connexes (SCIAN 5413)

A0229* Autres services relatifs aux cultures

F4499* Autres services relatifs à la construction n.c.a.

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)

M7751 Bureaux d'architectes

M7752 Bureaux d'ingénieurs

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

P8684* Laboratoires de santé publique

Specialized Design Services (NAICS 5414)

7749* Other Advertising Services

7799* Other Business Services n.e.c.

Services spécialisés de design (SCIAN 5414)

M7749* Autres services de publicité

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Computer Systems Design and Related Services (NAICS 5415)

7721* Computer Services

Conception de systèmes informatiques et services connexes (SCIAN 5415)

M7721* Services d'informatique

Management, Scientific and Technical Consulting Services (NAICS 5416)

A0231* Agricultural Management & Consulting Services

M7711* Employment Agencies

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Scientific Research and Development Services (NAICS 5417)

A0239* Other Services Inc. to Agriculture n.e.c.

B0321* Services Incidental to Fishing

M7759* Other Scientific & Technical Services

O8599* Other Educational Services

P8693 Health Care Research Agencies

P8694* Social Service Planning & Advocacy Agencies

R9999* Other Services n.e.c.

Advertising and Related Services (NAICS 5418)

M7741 Advertising Agencies

M7742 Media Representatives

M7743 Outdoor Display & Billboard Advertising

M7749* Other Advertising Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Other Professional, Scientific and Technical Services (NAICS 5419)

A0211 Veterinary Services

M7749* Other Advertising Services

Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (SCIAN 5416)

A0231* Services de gestion agricole d'experts-conseils

M7711* Bureaux de placement

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7771* Bureaux de conseils en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Services de recherche et de développement scientifiques (SCIAN 5417)

A0239* Autres services relatifs à l'agriculture n.c.a.

B0321* Services relatifs à la pêche

M7759* Autres services scientifiques et techniques

O8599* Autres services d'enseignement

P8693 Organismes de recherche pour les soins de santé

P8694* Organismes de planification et de soutien des services sociaux

R9999* Autres services n.c.a.

Publicité et services connexes (SCIAN 5418)

M7741 Agences de publicité

M7742 Représentants de médias

M7743 Étalages et panneaux d'affichage publicitaire en extérieur

M7749* Autres services de publicité

M7771* Bureaux de conseil en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Autres services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 5419)

A0211 Services vétérinaires

M7749* Autres services de publicité

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Other Business Services n.e.c.

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9931 Photographers

R9931 Photographes

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. Abbreviated titles may be used elsewhere).

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Computer and Related Services (772)

Services informatiques et services connexes (772)

Accounting and Bookkeeping Services (773)

Services de comptabilité (773)

Advertising Services (774)

Services de publicité (774)

Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services (775)

Bureaux d'architectes, d'ingénieurs et autres services scientifiques et techniques (775)

Offices of Lawyers and Notaries (776)

Cabinets d'avocats et de notaires (776)

Miscellaneous Business Services (771, 777, 779)

Services divers fournis aux entreprises (771, 777, 779)

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Highlights — 2nd Quarter 1999

- Output for the business services group of industries rose by a healthy 2.1% this quarter, more than twice the GDP growth rate of the overall economy. This marked the twelfth consecutive quarter in which the business services GDP has risen more rapidly than that of the overall economy. As a result, during this three-year period, the business services group has evolved from comprising 4.8% of Canada's GDP, up to the current level of 5.9%.
- As has usually been the case, the computer services industry was the primary engine behind business services output growth. The GDP for computer services rose 4.4% this quarter. Although computer services growth normally exceeds that in the rest of the economy, the industry's recent output gains have been phenomenal; in real terms, the computer services industry's GDP is now 46% higher than it was two years ago (the second quarter of 1997). Much of this output expansion likely results from efforts by larger organizations to ensure that their computer systems are, or become, Y2K compliant.
- After a slight drop in output in the last half of 1998, the accounting and legal services industry posted healthy growth for the second consecutive quarter in 1999. As well, in the second quarter, the architectural, engineering and other scientific and technical services industry more than regained output it had lost during the first quarter.

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Au deuxième trimestre, la production dans le groupe de services aux entreprises a augmenté de 2,1 %, ce qui est plus de deux fois supérieur au taux de croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie. Il s'agit du douzième trimestre consécutif durant lequel le PIB du groupe de services aux entreprises a progressé plus rapidement que dans l'ensemble de l'économie. Durant cette période de trois ans, le pourcentage que représente le PIB de ce groupe par rapport à l'ensemble de l'économie est passé ainsi de 4,8 % à 5,9 %.
- Comme cela a été habituellement le cas jusqu'ici, cette croissance s'est trouvée favorisée principalement par l'activité dans le secteur des services informatiques, dont le PIB a augmenté de 4,4 % au deuxième trimestre. Et même si la croissance du secteur des services informatiques dépasse généralement celle du reste de l'économie, les accroissements récents ont été phénoménaux. En chiffres absolus, le PIB de ce secteur a ainsi augmenté de 46 % en deux ans (depuis le deuxième trimestre de 1997). Cette expansion est sans doute due en grande partie aux efforts faits par les grands organismes en vue de s'assurer que leurs systèmes informatiques sont ou deviennent, conformes à l'an 2000.
- Après un léger recul durant la deuxième moitié de 1998, les services de comptabilité et les services juridiques ont enregistré une bonne croissance, et ce pour un deuxième trimestre consécutif en 1999. Par ailleurs, l'accroissement de la production au deuxième trimestre dans les services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques a plus que compensé pour les pertes du premier trimestre.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 2.7%
Salaries	↑ 0.6%
GDP	↑ 2.1%

* From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 2,7 %
Rémunération	↑ 0,6 %
PIB	↑ 2,1 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Employment in the professional, scientific and technical services industries totaled 918,000 this quarter, down a slight 8,000 from the first quarter. All of the lost jobs were part-time positions.
- Since the first quarter, employment gains arose in computer systems design (+4,000 jobs) and specialized design services (+9,000). All of the jobs added in the latter industry were full-time. Meanwhile, jobs were lost in the accounting and tax-preparation (-14,000) and scientific research and development services (-7,000) industries.
- Compared to the second quarter of 1998, however, employment in the professional, scientific and technical services industries is now 2.7% higher. This growth rate closely resembled the rate of job growth in the whole economy.
- Some 24,000 people were added to the professional, scientific and technical services industries' workforce over the past year. All of the added jobs were full-time positions. As a result, the proportion of the industries' workforce that is employed full-time rose from 84.8% to 88.1% during the period. The latter figure easily exceeds the 81.9% proportion existing for the whole economy.
- Since the second quarter of 1998, the computer systems design industry added 49,000 people to its workforce, an increase of 27.6%. Moreover, all of the added jobs yield full-time hours. Rapid employment growth in computer systems design is not unusual — indeed, this industry's workforce has more than tripled since 1993, as the demand for new and improved computer systems has grown in the 1990s.
- The architectural, engineering and related services industry also added jobs (+10,000) over the past year. Meanwhile, over the past year jobs were shed in the management, scientific and technical services industry (-15,000) and legal services (-10,000).
- The average wage and salary in business services rose, in nominal terms, for the sixth straight quarter, this time by 0.6%. In real terms, however, despite this increase, employees were no better off. Employee remuneration declined by 0.5% this quarter after adjusting for relatively high price inflation in the second quarter.
- Au deuxième trimestre, les effectifs dans les services professionnels, scientifiques et techniques ont totalisé 918 000, en baisse de 8 000 par rapport au premier trimestre. Tous les emplois perdus étaient à temps partiel.
- Par rapport au premier trimestre, on observe un accroissement de l'emploi dans la conception de systèmes informatiques (+4 000 emplois) et les services spécialisés de design (+9 000), tous les emplois dans ce dernier secteur étant à temps plein. En revanche, des emplois ont été perdus dans les services de comptabilité et de préparation des déclarations de revenus (-14 000), ainsi que dans les services de recherche et développement scientifiques (-7 000).
- Depuis le deuxième trimestre de 1998, toutefois, l'emploi dans les services professionnels, scientifiques et techniques a augmenté de 2,7 %, ce qui est très similaire au taux de croissance de l'emploi dans l'ensemble de l'économie.
- De fait, quelque 24 000 emplois ont été créés dans l'ensemble du groupe des services professionnels, scientifiques et techniques, au cours de la dernière année. Tous les emplois créés sont à temps plein, ce qui explique que la proportion des travailleurs à temps plein dans ce secteur soit passée de 84,8 % à 88,1 %, ce qui dépasse largement la proportion actuelle pour l'ensemble de l'économie (81,9 %).
- Depuis le deuxième trimestre de 1998, 49 000 emplois — tous à temps plein — ont été créés dans la conception de systèmes informatiques, soit une hausse de 27,6 %. La croissance rapide de l'emploi dans la conception de systèmes informatiques n'est pas inhabituelle, les effectifs de ce secteur ayant plus que triplé depuis 1993 avec l'accroissement, durant les années 90, de la demande pour des systèmes informatiques nouveaux et améliorés.
- L'emploi a aussi augmenté dans les services d'architecture, de génie et services connexes (+10 000) au cours de la dernière année. En revanche, il y a eu perte d'emplois dans les services de gestion et les services scientifiques et techniques (-15 000) et dans les services juridiques (-10 000).
- La rémunération moyenne dans le groupe des services aux entreprises a augmenté pour un sixième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,6 %. Malgré cette hausse, la situation des travailleurs ne s'est pas améliorée, en chiffres absolus. De fait, après correction en fonction de l'inflation des prix qui a été relativement élevée au deuxième trimestre, la rémunération des employés a diminué de 0,5 %.

- In nominal terms, average remuneration rose 4.8% this quarter in accounting services, to more than negate a 2.2% decline that occurred during the first quarter. For the fifth straight quarter, average wages and salaries climbed in computer services, this time by 1.1%, to \$48,671 — the highest average remuneration of all of the business services industries. However, average wages and salaries diminished by 1.2% in the offices of lawyers and notaries, and by 0.4% in advertising services.
- En valeur nominale, la rémunération moyenne a augmenté de 4,8 % dans les services de comptabilité, ceci venant plus que compenser pour la baisse de 2,2 % au premier trimestre. Enfin, pour un cinquième trimestre consécutif, la rémunération moyenne a augmenté dans les services informatiques, cette fois-ci de 1,1 %, pour s'établir à 48 671 \$; il s'agit de la rémunération moyenne la plus élevée de tous les secteurs du groupe des services aux entreprises. La rémunération moyenne a toutefois reculé de 1,2 % dans les études d'avocats et de notaires et de 0,4 % dans les services de publicité.

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

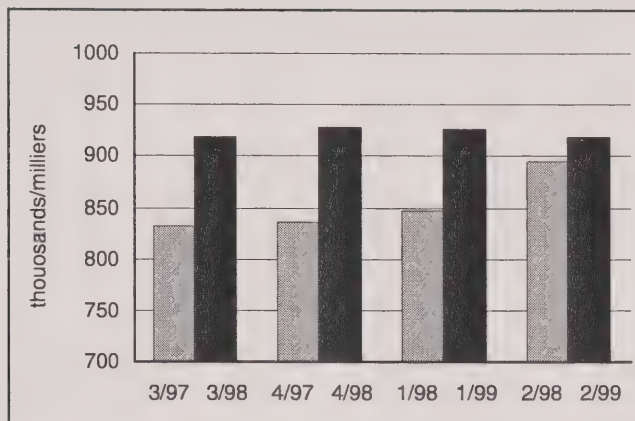


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

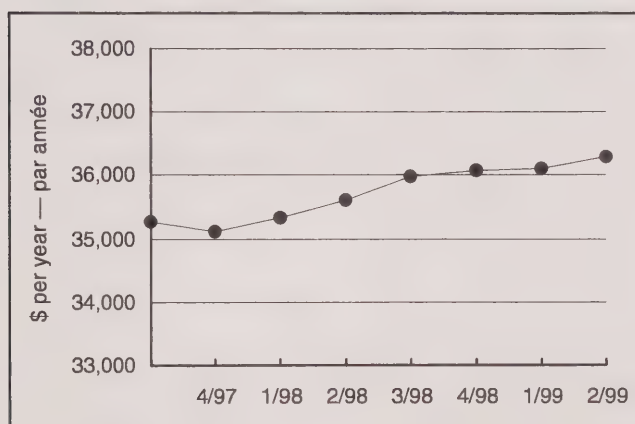


Chart C3. GDP

Graphique C3. PIB

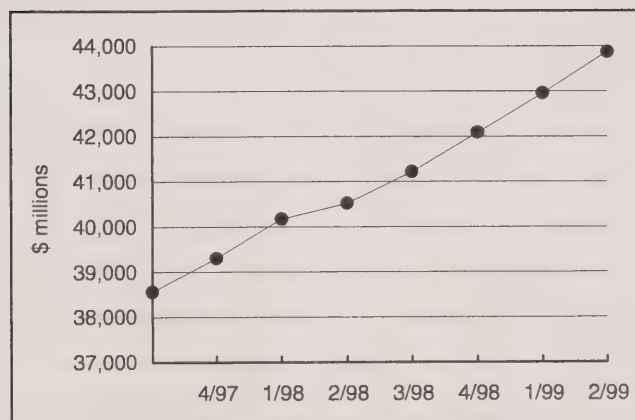


Table C1. Business services, annualized GDP at factor cost**Tableau C1. Services aux entreprises, PIB annualisé au coût des facteurs**

1997			1998				1999		
III	IV		I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Computer services	8,129	8,287	8,621	8,813	9,229	9,814	10,430	10,889	Services informatiques
Advertising services	2,106	2,161	2,274	2,272	2,288	2,299	2,327	2,334	Services de publicité
Architectural and other scientific services	9,152	9,514	9,711	9,765	9,852	9,947	9,876	9,995	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	7,573	7,519	7,520	7,580	7,517	7,466	7,644	7,822	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	11,605	11,802	12,041	12,113	12,323	12,573	12,701	12,829	Services divers aux entreprises*
Total business services	38,565	39,283	40,167	40,543	41,209	42,099	42,978	43,869	Total serv. aux entreprises
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique**% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre**

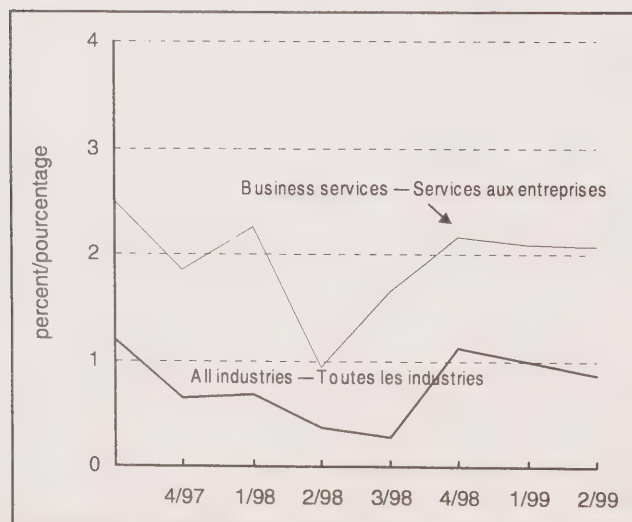
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Computer services	4.0	1.9	4.0	2.2	4.7	6.3	6.3	4.4	Services informatiques
Advertising services	1.1	2.6	5.2	-0.1	0.7	0.5	1.2	0.3	Services de publicité
Architectural and other scientific services	4.7	4.0	2.1	0.6	0.9	1.0	-0.7	1.2	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	0.5	-0.7	0.0	0.8	-0.8	-0.7	2.4	2.3	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.3	1.7	2.0	0.6	1.7	2.0	1.0	1.0	Services divers aux entreprises*
Total business services	2.5	1.9	2.3	0.9	1.6	2.2	2.1	2.1	Total serv. aux entreprises
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

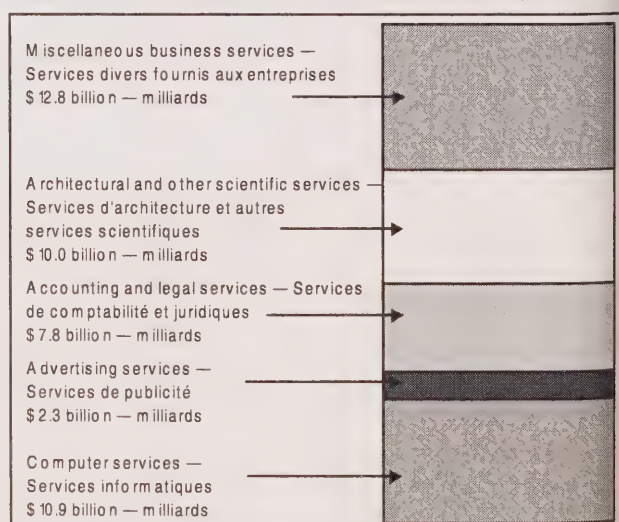
Computer services	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.4	1.4	1.5	Services informatiques
Advertising services	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	Services de publicité
Architectural and other scientific services	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	1.4	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.1	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	Services divers aux entreprises*
Total business services	5.5	5.5	5.6	5.7	5.7	5.8	5.9	5.9	Total serv. aux entreprises

* Includes the following SIC-E's: 771, 777 and 779.

* Comprend les groupes suivants de CTI-E : 771, 777 et 779.

Chart C4. GDP nominal growth rates**Graphique C4. Taux nominaux de croissance du PIB**

See definitions and concepts at the end of publication

Chart C5. Output of business services group of industries**Graphique C5. Production des services aux entreprises**

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C2. Professional, scientific and technical services industries, employment

Tableau C2. Services professionnels, scientifiques et techniques, emploi

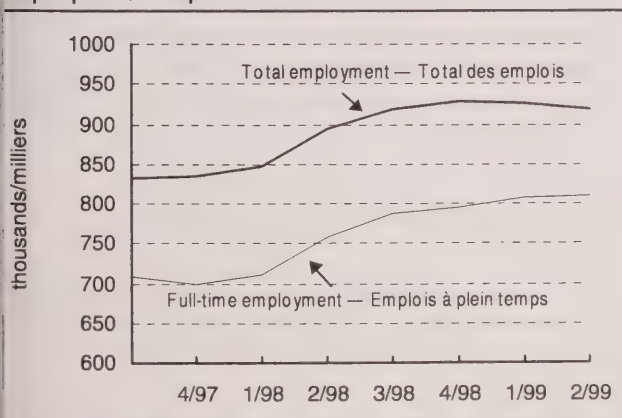
	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Employment	thousands — milliers						Emploi		
Legal services	114	110	110	124	134	120	115	114	Services juridiques
Accounting-related services	99	99	110	114	109	118	130	116	Comptabilité et services connexes
Architect/engineering services	164	156	146	165	174	173	172	175	Architecture/génie
Specialized design services	49	46	48	47	44	45	37	46	Services spécialisés de design
Computer systems design	162	175	181	177	195	202	222	226	Conception de syst. informatiques
Mgt/sci/tech'l consulting	103	108	117	127	120	118	110	112	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	20	21	19	17	17	17	26	19	Services de R&D scientifiques
Advertising services	65	67	63	65	67	74	62	60	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	56	54	55	58	58	62	53	52	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	831	835	848	894	917	928	926	918	Total
Full-time	710	700	710	758	789	796	808	809	Plein temps
Part-time	122	136	138	137	129	132	118	109	Temps partiel
Self employment*	325	322	342	355	350	353	353	356	Travail autonome*

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier									
rates of change (%)									Taux de variation (%)
Legal services	1.4	-4.5	-2.8	9.5	18.2	9.9	3.9	-8.0	Services juridiques
Accounting-related services	-7.1	-8.3	-5.9	3.1	9.8	19.0	18.6	1.4	Comptabilité et services connexes
Architect/engineer. services	16.4	2.6	-4.3	3.2	6.2	10.8	18.3	5.9	Architecture/génie
Specialized design services	-0.6	-11.2	9.2	10.6	-9.5	-2.8	-22.9	-2.1	Services spécialisés de design
Computer systems design	20.7	34.0	24.7	10.1	20.4	15.3	22.6	27.6	Conception de syst. informatiques
Mgt/sci/tech'l consulting	12.8	7.5	19.2	35.7	16.4	9.3	-5.8	-11.7	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	51.1	20.8	6.2	-5.7	-16.4	-18.2	36.2	15.2	Services de R&D scientifiques
Advertising services	0.6	22.9	29.4	13.0	2.2	10.8	-1.9	-7.8	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	2.8	17.2	22.1	5.6	3.4	13.4	-3.3	-10.7	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	8.5	7.7	8.6	10.2	10.3	11.1	9.2	2.7	Total
Full-time	8.4	7.1	6.9	9.3	11.1	13.7	13.8	6.8	Plein temps
Part-time	9.1	11.4	18.8	15.7	5.5	-2.5	-14.3	-20.3	Temps partiel
Self employment*	19.2	13.9	12.6	12.5	7.7	9.8	3.5	0.2	Travail autonome*
Overall economy									Taux de croissance de l'économie globale (%)
Growth rates (%)									Total
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel
Self employment	11.9	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	4.8	Travail autonome

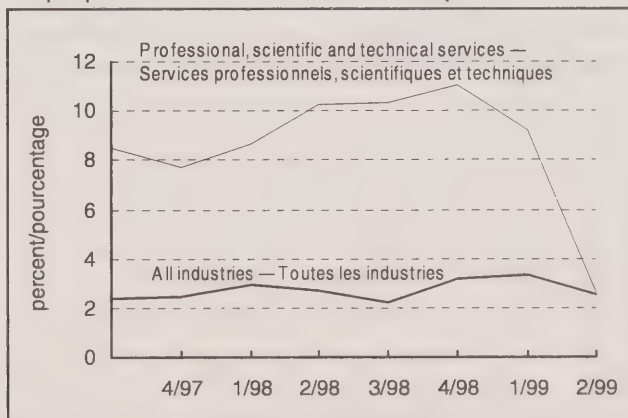
The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart C6. Employment¹Graphique C6. Emploi¹

The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

See definitions and concepts at the end of publication

Chart C7. Employment growth rates²Graphique C7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

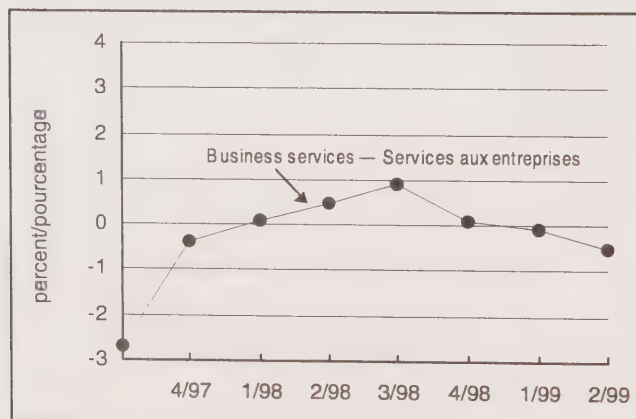
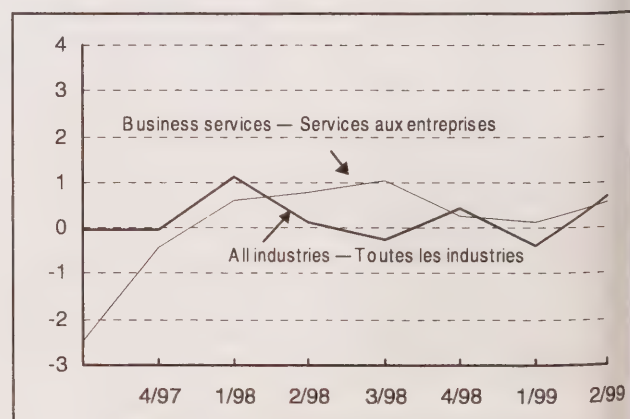
Table C3. Business services, average wages and salaries

Tableau C3. Services aux entreprises, rémunération

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Employés
Computer services	45,811	45,983	45,702	46,262	47,579	47,611	48,157	48,671	Services informatiques
Accounting services	33,360	33,470	32,271	34,014	34,632	34,821	34,040	35,657	Services de comptabilité
Advertising services	32,121	31,670	31,085	31,196	31,562	32,074	32,312	32,174	Services de publicité
Archit./engin. services	44,541	44,282	44,762	44,426	44,212	44,377	44,338	44,708	Services d'arch./d'ingén.
Lawyers and notaries	34,699	35,000	35,482	35,854	36,800	37,059	36,735	36,292	Avocats et notaires
Employment agencies	24,940	24,435	24,726	25,313	25,360	25,506	25,337	25,302	Bureaux de placement
Mngt. consulting services	36,050	36,277	37,388	37,226	37,187	37,253	37,470	37,491	Bur. de conseils en gestion
Other business services	27,905	27,607	27,757	27,624	27,920	27,728	27,618	27,884	Autres serv. aux entreprises
Total	35,261	35,114	35,334	35,604	35,968	36,060	36,104	36,304	Total
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

		from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)										Taux de variation (%)	
Computer services	-3.3	0.4	-0.6	1.2	2.8	0.1	1.1	1.1		Services informatiques	
Accounting services	-1.3	0.3	-3.6	5.4	1.8	0.5	-2.2	4.8		Services de comptabilité	
Advertising services	-4.1	-1.4	-1.8	0.4	1.2	1.6	0.7	-0.4		Services de publicité	
Archit./engin. services	-3.6	-0.6	1.1	-0.8	-0.5	0.4	-0.1	0.8		Services d'arch./d'ingén.	
Lawyers and notaries	-4.3	0.9	1.4	1.0	2.6	0.7	-0.9	-1.2		Avocats et notaires	
Employment agencies	-0.8	-2.0	1.2	2.4	0.2	0.6	-0.7	-0.1		Bureaux de placement	
Mngt. consulting services	-4.6	0.6	3.1	-0.4	-0.1	0.2	0.6	0.1		Bur. de conseils en gestion	
Other business services	-0.4	-1.1	0.5	-0.5	1.1	-0.7	-0.4	1.0		Autres serv. aux entreprises	
Total	-2.5	-0.4	0.6	0.8	1.0	0.3	0.1	0.6		Total	
CPI-adjusted rates of change (%)										Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Computer services	-3.5	0.4	-1.1	1.0	2.7	-0.1	0.9	0.0		Services informatiques	
Accounting services	-1.5	0.4	-4.1	5.1	1.7	0.4	-2.5	3.7		Services de comptabilité	
Advertising services	-4.3	-1.3	-2.4	0.1	1.1	1.5	0.5	-1.5		Services de publicité	
Archit./engin. services	-3.8	-0.5	0.5	-1.0	-0.6	0.2	-0.4	-0.2		Services d'arch./d'ingén.	
Lawyers and notaries	-4.5	0.9	0.8	0.8	2.5	0.5	-1.1	-2.2		Avocats et notaires	
Employment agencies	-1.1	-2.0	0.6	2.1	0.1	0.4	-0.9	-1.2		Bureaux de placement	
Mngt. consulting services	-4.8	0.7	2.5	-0.7	-0.2	0.0	0.3	-1.0		Bur. de conseils en gestion	
Other business services	-0.7	0.1	0.0	-0.7	1.0	-0.9	-0.7	-0.1		Autres serv. aux entreprises	
Total	-2.7	-0.4	0.1	0.5	0.9	0.1	-0.1	-0.5		Total	
Nominal growth rates (%)										Taux nom. de variation (%)	
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7		Économie totale	

Chart C8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique C8. Taux de croissance réels (ajustés selon l'IPC)Chart C9. Nominal wage and salary growth rates
Graphique C9. Taux nominaux de croissance

**Accommodation and
Food Services Industries**

**Hébergement et services
de restauration**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

D. Accommodation and Food Services Industries

D. Hébergement et services de restauration

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Accommodation and Food Services section covers establishments that are primary engaged in providing short-term lodging and complementary services to travellers and vacationers in facilities such as hotels and motels. This sector also comprises establishments that mainly prepare meals, snacks and beverages, to customer order, for immediate consumption.

Compared to the corresponding section of previous *Services Indicators*, this section required only slight modifications due to the fact that the industry's coverage under NAICS closely resembles that which was offered under the SIC-based coding structure.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de l'hébergement et des services de restauration comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir de l'hébergement de courte durée et des services complémentaires à des voyageurs et des vacanciers dans des installations telles que des hôtels et des motels. Ce secteur comprend aussi les établissements dont l'activité principale consiste à préparer des repas, des repas légers et des boissons commandés par les clients pour consommation immédiate.

Comparativement à la section correspondante des numéros précédents d'*Indicateurs des services*, la présente section ne comporte que de légères modifications, car la couverture du secteur est presque la même aux termes du SCIAN que selon la CTI.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Accommodation Services (NAICS 721)

Q9111 Hotels & Motor Hotels

Q9112 Motels

Q9113 Tourist Courts & Cabins

Q9114 Guest Houses & Tourist Homes

Q9121 Lodging Houses & Residential Clubs

Q9131 Camping Grounds & Travel Trailer Parks

Q9141 Outfitters (Hunting & Fishing Camps)

Q9149* Other Recreation & Vacation Camps

Food Services and Drinking Places (NAICS 722)

Q9211* Restaurants, Licensed

Q9212 Restaurants, Unlicensed (Incl Drive-Ins)

Q9213 Take-Out Food Services

Q9214 Caterers

Q9221 Taverns, Bars & Night Clubs

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Traveler Accommodation Services (91)

- Hotels, Motels and Tourist Courts (911)
- Lodging Houses and Residential Clubs (912)

Services d'hébergement (SCIAN 721)

Q9111 Hôtels et auberges routières

Q9112 Motels

Q9113 Camps et cabines pour touristes

Q9114 Petits hôtels

Q9121 Pensions de famille et hôtels privés

Q9131 Terrains de camping et parcs à roulotte

Q9141 Camps de chasse et de pêche

Q9149* Autres camps de vacances

Services de restauration et débits de boissons (SCIAN 722)

Q9211* Restaurants avec permis de boissons

Q9212 Restaurants sans permis de boissons (y compris les restovolants)

Q9213 Services de mets à emporter

Q9214 Traiteurs

Q9221 Tavernes, bars et boîtes de nuit

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services d'hébergement des voyageurs (91)

- Hôtels, motels et camps pour touristes (911)
- Pensions de famille et hôtels privés (912)

- Camping Grounds and Travel Trailer Parks (913)

- Recreation and Vacation Camps (914)

Food and Beverage Services Industries (92)

- Food Services (921)

- Taverns, Bars and Nightclubs (922)

- Terrains de camping et parcs à roulettes (913)

- Camps de vacances (914)

Industries de la restauration (92)

- Services de restauration (921)

- Tavernes, bars et boîtes de nuit (922)

Accommodation and Food Services Industries

Highlights — 2nd Quarter 1999

- The GDP of the traveler accommodation services industry changed very little (+0.1%) in the second quarter. This continued the trend of stagnant output growth for the industry. Since the second quarter of 1994, for example, the traveler accommodation services industry's GDP has only risen in real terms by 6.9%, while that for the entire economy has grown by 15.0%.
- The accommodation services industry's workforce grew by 9,000 this quarter, enabling the industry to recoup the 9,000 jobs it shed in the previous quarter. All of the jobs added this quarter were full-time positions. Second quarter employment gains are common in this industry due to the seasonal nature of demand for accommodation services. However, comparisons with the same quarter of the previous year largely enable one to standardize for seasonal effects. Relative to the second quarter of 1998, employment in accommodation services has declined by 4.2%. All of the 8,000 jobs lost since the second quarter of 1998 were full-time jobs.
- Average wages and salaries in the traveler accommodation services industry rose, in nominal terms, for the second straight quarter, this time by 0.8%. However, after adjusting for inflation, the industry's employees lost ground this quarter.
- Real wages and salaries have been declining for some time in traveler accommodations. For example, average remuneration in the industry tumbled in real terms by 6.8% since the second quarter of 1997. Declines such as this, along with lower education and skill levels in this industry's workforce, have nudged

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Au deuxième trimestre, le PIB du secteur des services d'hébergement des voyageurs a très peu fluctué (+0,1 %), poursuivant ainsi une tendance marquée par une stagnation de la production dans ce secteur. Ainsi, depuis le deuxième trimestre de 1994, le PIB de ce secteur n'a progressé que de 6,9 % en chiffres absolus, comparativement à une croissance de 15,0 % pour l'ensemble de l'économie.
- Les effectifs dans les services d'hébergement ont augmenté de 9 000 au cours du trimestre, cette hausse venant neutraliser la perte de 9 000 emplois au trimestre précédent. Tous les emplois créés ce trimestre-ci étaient des emplois à temps plein. Il est à noter toutefois que la création d'emplois est fréquente dans cette branche d'activité au deuxième trimestre de l'année, compte tenu du caractère saisonnier de la demande des services d'hébergement. Des comparaisons avec les résultats du deuxième trimestre de l'année précédente permettent toutefois de normaliser en grande partie les effets saisonniers. Or, depuis le deuxième trimestre de 1998, l'emploi dans les services d'hébergement a diminué de 4,2 %, la totalité des 8 000 emplois perdus en un an étant des emplois à temps plein.
- La rémunération moyenne dans les services d'hébergement des voyageurs a augmenté, sur une base nominale, pour un deuxième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,8 %. Cependant, après correction de l'inflation, on constate que les employés de ce secteur ont perdu du terrain au cours du trimestre.
- Qui plus est, la rémunération nette dans ce secteur est en baisse depuis quelque temps déjà. La rémunération moyenne a ainsi reculé de 6,8 %, en chiffres absolus, depuis le deuxième trimestre de 1997. Cette baisse, combinée aux niveaux de scolarité et de compétences plus faibles de ces travailleurs, a eu pour effet d'abaisser la rémunération

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 2.0%
GDP	↓ 1.2%

From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 2,0 %
PIB	↓ 1,2 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

the industry's average remuneration level (\$15,650) down to less than half the average in the overall economy (\$31,699).

- Food and beverage services industry output contracted by 1.8% this quarter. This was the fifth consecutive quarter in which the GDP growth rate for the food and beverage services industry lagged behind that for the overall economy. In the period since early 1998, the industry's output has fallen by 1.4%, at a time during which the GDP for the whole economy rose by 3.3%.
- Employment in the restaurants and other food services industry increased by 17,000 this quarter, with all of the added jobs offering full-time hours. Compared to the second quarter of last year, there are now 3.6% more people employed in the industry. Moreover, some 85% of the 24,000 jobs added since last year are full-time.
- Average remuneration in the food and beverage services industry was little changed this quarter. At \$11,234 per year, however, it remains very low partly because more than four of every ten workers in this industry work part-time. Nevertheless, the average wage and salary in this industry did rise by 1.8% since the second quarter of last year. This more than tripled the 0.5% remuneration growth rate in the overall economy.

moyenne dans ce secteur (15 650 \$) à un niveau correspondant à moins de la moitié de la rémunération moyenne pour l'ensemble de l'économie (31 699 \$).

- Dans le secteur de la restauration, la production a reculé de 1,8 % au deuxième trimestre. Il s'agit du cinquième trimestre consécutif au cours duquel le PIB des services de restauration croît moins rapidement que le PIB pour l'ensemble de l'économie. Depuis le début de 1998, la production du secteur a reculé de 1,4 %, alors que le PIB pour l'ensemble de l'économie a progressé de 3,3 %.
- Au deuxième trimestre, 17 000 emplois ont été créés dans les restaurants et autres services de restauration, la totalité de ces emplois étant à temps plein. Depuis le deuxième trimestre de 1998, les effectifs dans ce secteur ont augmenté de 3,6 % et quelque 85 % des 24 000 emplois créés depuis l'an dernier sont à temps plein.
- La rémunération moyenne dans les services de restauration est demeurée essentiellement inchangée au deuxième trimestre. Cette rémunération, qui s'établit à 11 234 \$ par année, demeure toutefois très faible, en partie du fait que plus de quatre employés sur dix dans ce secteur travaillent à temps partiel. La rémunération moyenne a cependant augmenté de 1,8 % depuis le deuxième trimestre de 1998, ce qui est plus de trois fois supérieur au taux d'augmentation (0,5 %) pour l'ensemble de l'économie.

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment

Graphique D1. Emploi

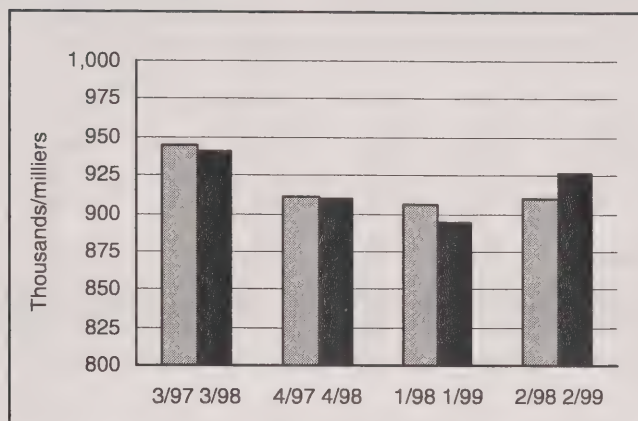


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

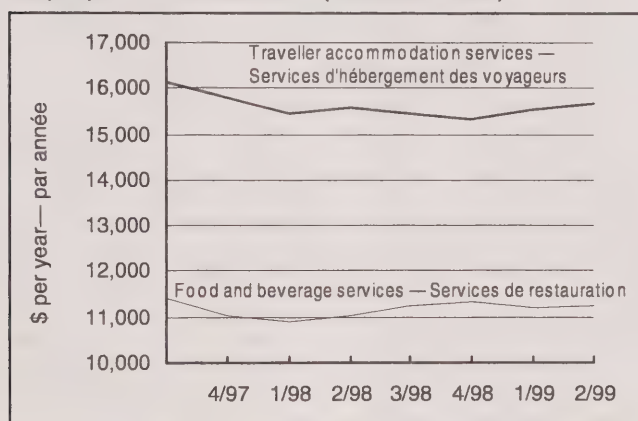


Chart D3. Real GDP

Graphique D3. PIB réel

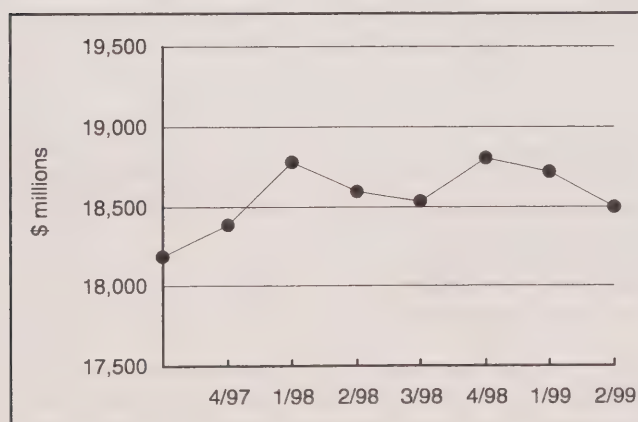


Table D1. Travel accommodation and food services, annualized GDP at factor cost**Tableau D1. Services d'hébergement des voyageurs et de restauration, PIB annualisé au coût des facteurs**

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Accommodation services	5,875	5,970	6,221	6,065	6,010	6,242	6,106	6,112	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	12,313	12,412	12,558	12,530	12,522	12,560	12,608	12,386	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	18,188	18,382	18,779	18,595	18,532	18,802	18,714	18,498	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Accommodation services	-0.8	1.6	4.2	-2.5	-0.9	3.9	-2.2	0.1	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	2.1	0.8	1.2	-0.2	-0.1	0.3	0.4	-1.8	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	1.1	1.1	2.2	-1.0	-0.3	1.5	-0.5	-1.2	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Accommodation services	0.84	0.84	0.87	0.85	0.84	0.86	0.83	0.83	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	1.75	1.75	1.76	1.75	1.75	1.73	1.72	1.68	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	2.59	2.60	2.63	2.60	2.58	2.59	2.55	2.50	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration

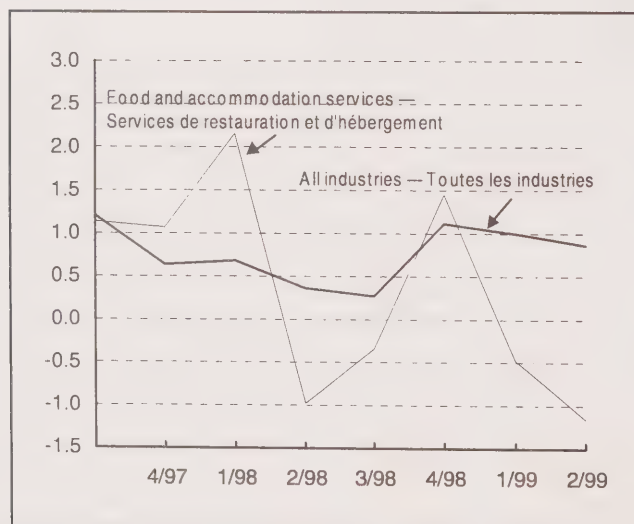
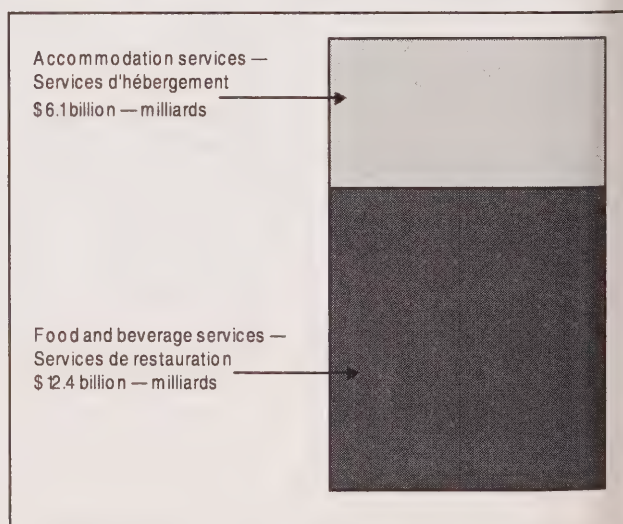
Chart D4. GDP nominal growth rates**Graphique D4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart D5. Output of food and accommodation services industries****Graphique D5. Production des industries de la restauration et de l'hébergement**

Table D2. Accommodation and food services industries, employment

Tableau D2. Hébergement et services de restauration, emploi

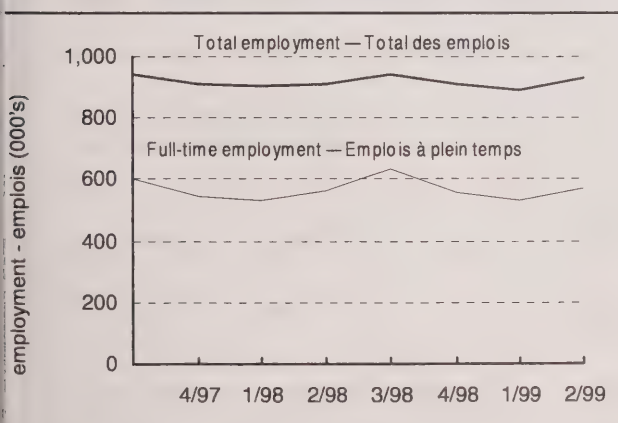
	1997		1998				1999	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II
	thousands — milliers							
Employment	Emploi							
Accommodation services	225	191	183	192	224	184	175	184
Restaurants/other food services	673	674	672	675	675	682	678	699
Dinking places (alcoholic beverage)	47	46	51	43	42	45	41	45
Total	944	911	906	909	941	910	894	927
Full-time	604	547	531	562	636	557	532	573
Part-time	340	365	374	347	305	354	362	354

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

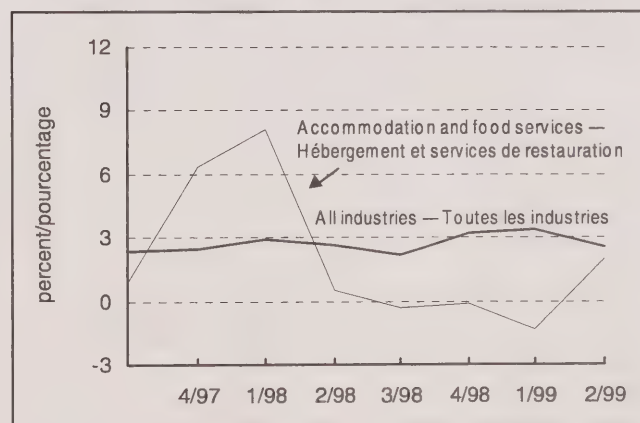
Rates of change (%)		Taux de variation (%)							
Accommodation services	5.8	13.1	11.2	-1.7	-0.2	-3.9	-4.6	-4.2	Services d'hébergement
Restaurants/other food services	-0.9	4.1	6.3	1.4	0.4	1.1	0.9	3.6	Restaurants/autres services de restauration
Dinking places (alcoholic beverage)	4.0	14.8	21.8	-2.5	-11.5	-2.4	-19.1	5.6	Débites de boissons (alcoolisées)
Total	0.9	6.4	8.1	0.5	-0.3	-0.1	-1.3	2.0	Total
Full-time	-3.5	3.9	8.5	2.4	5.3	1.8	0.1	1.9	Plein temps
Part-time	9.7	10.3	7.5	-2.4	-10.3	-3.0	-3.3	2.1	Temps partiel
Overall economy		Taux de croissance de l'économie totale (%)							
Growth rates (%)									
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel

 Chart D6. Employment¹

 Graphique D6. Emploi¹


The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

 Chart D7. Employment growth rates²

 Graphique D7. Taux de croissance de l'emploi²


² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

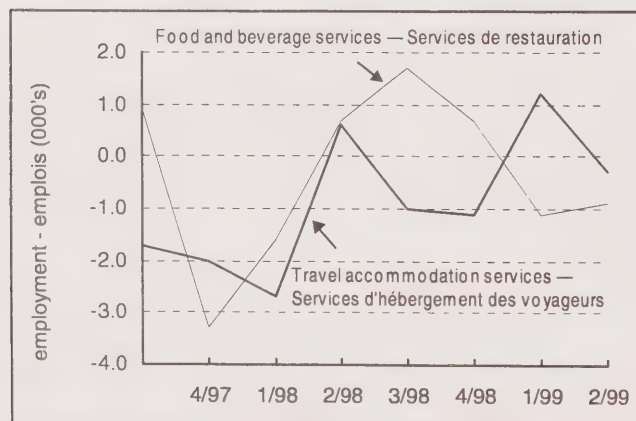
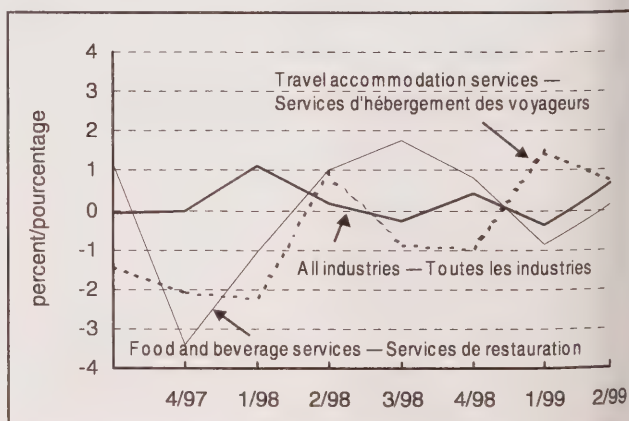
Table D3. Travel accommodation and food services, average wages and salaries

Tableau D3. Services de restauration et d'hébergement, rémunération

1997		1998				1999			
III	IV	I	II	III	IV	I	II		
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees								Tous les employés	
Traveller accommodation services	16,134	15,801	15,451	15,591	15,453	15,307	15,531	15,650	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	11,422	11,036	10,920	11,030	11,224	11,315	11,219	11,234	Services de restauration
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)								Taux de variation (%)	
Traveller accommodation services	-1.4	-2.1	-2.2	0.9	-0.9	-0.9	1.5	0.8	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	1.2	-3.4	-1.1	1.0	1.8	0.8	-0.8	0.1	Services de restauration
CPI-adjusted rates of change (%)								Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Traveller accommodation services	-1.7	-2.0	-2.7	0.6	-1.0	-1.1	1.2	-0.3	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	0.9	-3.3	-1.6	0.7	1.7	0.7	-1.1	-0.9	Services de restauration
Nominal growth rates (%)								Taux de croissance nominaux (%)	
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale

Chart D8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates

Graphique D8. Taux de variation réels (ajustés selon l'IPC) de la rémunération

Chart D9. Wage and salary growth rates¹Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Arts, Entertainment and
Recreation Services
Industries**

**Arts, spectacles
et loisirs**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

E. Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

Under NAICS there is a considerable improvement in coverage of the arts, entertainment and recreation services industries, with a sizeable expansion in the number of industries covered. Hence, this section was created. The Arts, Entertainment and Recreation industries encompass establishments primarily engaged in operating facilities or providing services to meet the cultural, entertainment and recreational interests of their patrons.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

E. Arts, spectacles et loisirs

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le SCIAN a permis d'améliorer considérablement la couverture du secteur des arts, des spectacles et des loisirs grâce à une forte augmentation du nombre de branches d'activité étudiées, qui a justifié la création de ce nouveau secteur. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs comprend les établissements dont l'activité principale consiste à exploiter des installations ou à fournir des services répondant aux intérêts de leurs clients en matière de culture, de divertissement et de loisir.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Performing Arts, Spectator Sports and Related Industries (NAICS 711)

7799* Other Business Services n.e.c.

9211* Restaurants, Licensed

9611* Motion Picture & Video Production

9631 Entertainment Prod. Companies and Artists

9639* Other Theatrical & Staged Ent. Services

9641 Professional Sports Clubs

9642* Prof. Athletes & Promoters

9643 Horse Race Tracks

9644 Other Race Tracks

9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

9699* Other Amusement & Recreational Services

9999* Other Services n.e.c.

Heritage Institutions (NAICS 712)

8551* Museums & Archives

9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

9694* Coin-Operated Amusement Services

9696 Botanical & Zoological Gardens

9699* Other Amusement & Recreational Services

Amusement, Gambling and Recreation Activities (NAICS 713)

4513* Non-Scheduled Air Transport (Rec. flying clubs)

9149* Other Recreation & Vacation Camps

9651* Golf Courses

9652 Curling Clubs

9653* Skiing Facilities

Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes (SCIAN 711)

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Q9211* Restaurants avec permis de boissons

R9611* Production de films et de matériel visuel

R9631 Agences de spectacles et artistes

R9639* Autres théâtres et spectacles

R9641 Clubs sportifs professionnels

R9642* Athlètes professionnels et promoteurs indépendants

R9643 Hippodromes

R9644 Autres champs de course

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Établissements du patrimoine (SCIAN 712)

O8551* Musées et archives

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9694* Jeux automatiques

R9696 Jardins botaniques et zoologiques

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

Divertissement, loisirs et jeux du hasard et loteries (SCIAN 713)

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)

Q9149* Autres camps de vacances

R9651* Clubs de golf

R9652 Clubs de curling

R9653* Installations de ski

R9654* Boat Rentals & Marinas

R9659* Other Sports & Recreation Clubs

R9661 Gambling Operations

R9691 Bowling Alleys & Billiard

R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

R9693* Dance Halls, Studios & Schools

R9694 Coin-Operated Amusement Services

R9695 Roller Skating Facilities

R9699* Other Amusement & Recreational Services

R9799* Other Personal & Household Services n.e.c.

R9654* Location de bateaux et ports de plaisance

R9659* Autres clubs sportifs et services de loisir

R9661 Loteries et jeux de hasard

R9691 Salles de quilles et salles de billard

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9693* Salles, studios et écoles de danse

R9694 Jeux automatiques

R9695 Pistes de patinage à roulettes

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

R9799* Autres servies professionnels et domestiques n.c.a.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Amusement and Recreation Services (96)

- Motion Picture, Audio and Video Production and Distribution (961)
- Motion Picture Exhibition (962)
- Theatrical and other Staged Entertainment Services (963)
- Commercial Spectator Sports (964)
- Sports and Recreation Clubs and Services (965)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consultez l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services de divertissement et de loisir (96)

- Production et distribution de films et de matériel audiovisuel (961)
- Projection de films cinématographiques (962)
- Théâtres et autres spectacles (963)
- Sports commerciaux (964)
- Clubs sportifs et services de loisir (965)

- Gambling Operations (966)
- Other Amusement and Recreation Services (969)

Personal and Household Services (97)

- Barber and Beauty Shops (971)
- Laundries and Cleaners (972)
- Funeral Services (973)
- Private Households (974)
- Other Personal and Household Services (979)

- Loteries et jeux de hasard (966)
- Autres services de divertissement et de loisir (969)

Services personnels et domestiques (97)

- Salons de coiffure et salons de beauté (971)
- Services de blanchissage et de nettoyage à sec (972)
- Pompes funèbres (973)
- Ménages (974)
- Autres services personnels et domestiques (979)

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Highlights — 2nd Quarter 1999

- After growing in real terms for eleven consecutive quarters, output in the amusement and recreation services industry declined by 0.2% this quarter. Despite the recent slowdown, the industry's GDP rose by 13.9% during the aforementioned three-year period, surpassing the 10.6% growth rate of the overall economy during the same period.
- Employment in the arts, entertainment and recreation services industries increased by 26,000 this quarter, largely because the amusement parks, arcades and other recreation services industry expanded its workforce by 19,000 in the second quarter. Warm spring and summer weather increases this industry's activities, therefore additional second quarter hiring is commonplace. For similar reasons, heritage institutions also expanded their workforce by 4,000 in the second quarter.
- Of the 26,000 jobs added in the arts, entertainment and recreation services industries, all were full-time. Moreover, seasonal factors probably caused some 13,000 jobs that were part-time (in the first quarter) to become full-time jobs in the second quarter.
- Removing the effects of seasonality by instead comparing this quarter to the second quarter of 1998, the arts, entertainment and recreation services industry group expanded its workforce by 17,000 people, an increase of 7.1%. Relative to four quarters ago, the amusement parks, arcades and other recreation services industry now employs 27,000 more people, with 69% of these people getting full-time jobs. In addition, the gambling industries

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 7.1%
GDP	↑ 0.0%

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Après avoir progressé, en chiffres absolus, pendant onze trimestres consécutifs, la production dans les services de divertissements et de loisirs a reculé de 0,2 % au deuxième trimestre de 1999. Malgré ce dernier recul, le PIB du secteur fait ressortir une hausse de 13,9 % durant cette période de trois ans, devançant ainsi le taux de croissance enregistré durant la même période, pour l'ensemble de l'économie (10,6 %).
- Au deuxième trimestre, 26 000 emplois ont été créés dans les arts, les spectacles et les loisirs, cette hausse étant principalement attribuable à la création de 19 000 emplois dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de divertissements et de loisirs. Il est toutefois courant que les effectifs augmentent à cette période de l'année, le temps clément au printemps et à l'été favorisant une augmentation des activités. Pour des raisons similaires, les établissements du patrimoine ont accru leurs effectifs de 4 000 au deuxième trimestre.
- Les 26 000 emplois créés dans le groupe des arts, des spectacles et des loisirs sont des emplois à temps plein. De plus, quelque 13 000 emplois qui étaient à temps partiel (au premier trimestre) sont devenus à temps plein au deuxième trimestre, là aussi sans doute en réponse à la demande saisonnière.
- Si l'on supprime l'effet du caractère saisonnier en comparant les résultats du présent trimestre à ceux du deuxième trimestre de 1998, on constate que les effectifs dans le groupe des arts, des spectacles et des loisirs ont augmenté de 17 000, ce qui représente une hausse de 7,1 %. Ainsi, le secteur des parcs d'attractions, des salles de jeux électroniques et des autres services de divertissements et de loisirs embauche aujourd'hui 27 000 travailleurs de plus qu'au deuxième trimestre de 1998, 69 % de ces nouveaux

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 7,1 %
PIB	↑ 0,0 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

expanded their workforce by 5,000, with all of the added jobs being full-time. Somewhat offsetting these gains, the performing arts, spectator sports and related industries industry group shed 14,600 jobs, of which nearly half were part-time.

Average wages and salaries for amusement and recreation services industry employees decreased by 1.0% this quarter, largely due to declining average remuneration in the motion picture exhibition industry. A decline was also posted in the theatrical and other staged entertainment industry. In contrast, average remuneration did rise in the sports and recreation club industry.

emplois étant à temps plein. Il y a eu également création de 5 000 emplois dans le secteur des jeux de hasard et des loteries, tous à temps plein. Par contre, la perte de 14 600 emplois dans les arts d'interprétation, les sports-spectacles et les activités connexes, dont près de la moitié étaient à temps partiel, a quelque peu atténué cette croissance.

- Enfin, la rémunération moyenne des employés du secteur des divertissements et des loisirs a diminué de 1,0 % au deuxième trimestre, principalement sous l'effet de la baisse dans le secteur de la présentation de films. Un recul a aussi été enregistré dans les services de théâtre et autres spectacles. Par contre, la rémunération moyenne a augmenté dans les centres de sports et de loisirs.

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

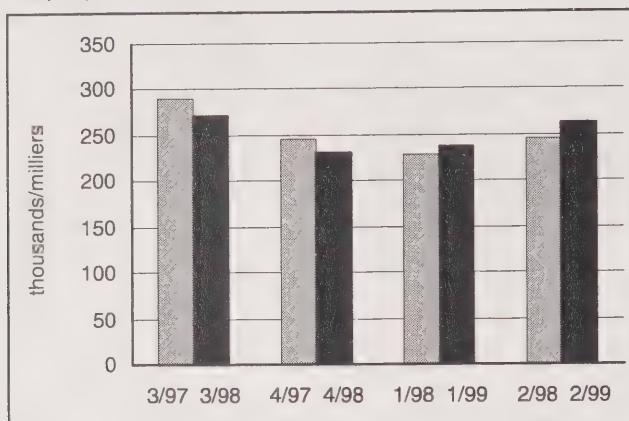


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

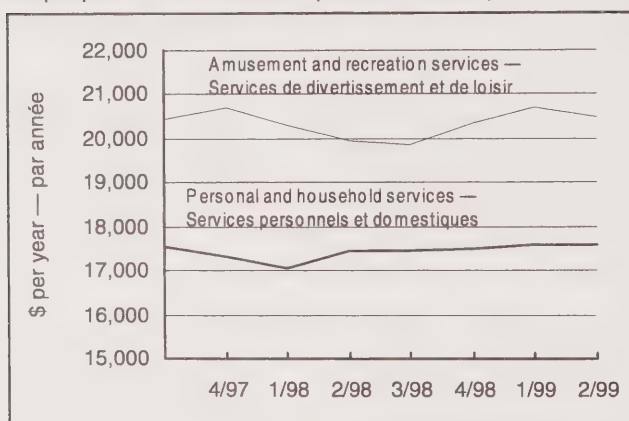


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel

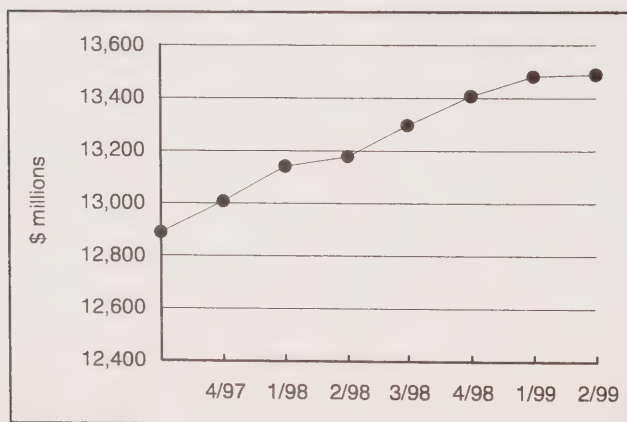


Table E1. Leisure and personal services, annualized GDP at factor cost**Tableau E1. Divertissements et services personnels, PIB annualisé au coût des facteurs**

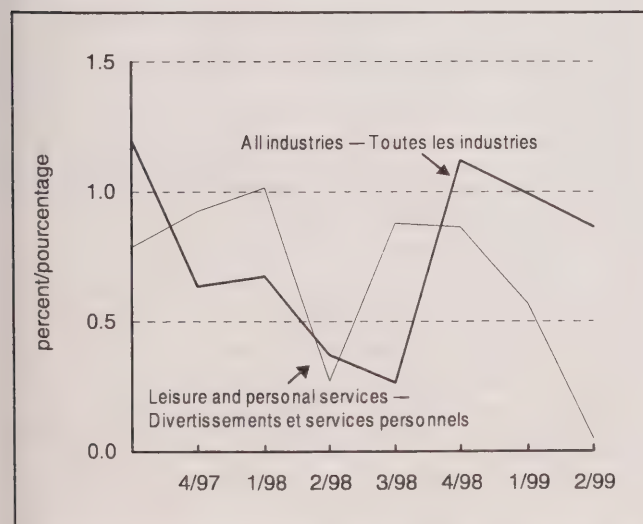
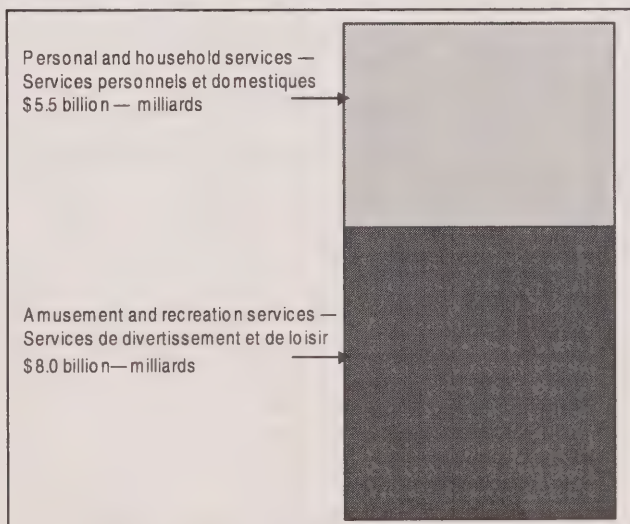
1997			1998				1999		
III	IV		I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Amusement and recreation services	7,466	7,619	7,667	7,693	7,770	7,892	7,968	7,952	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	5,425	5,391	5,475	5,485	5,524	5,517	5,517	5,539	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	12,891	13,010	13,142	13,178	13,294	13,409	13,485	13,491	Total divertissements et services personnels
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique**% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre**

Rates of change (%)										Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.2	2.0	0.6	0.3	1.0	1.6	1.0	-0.2		Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.2	-0.6	1.6	0.2	0.7	-0.1	0.0	0.4		Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	0.8	0.9	1.0	0.3	0.9	0.9	0.6	0.0		Total divertissements et services personnels
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9		Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

Amusement and recreation services	1.06	1.08	1.08	1.08	1.08	1.09	1.09	1.08	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.77	0.76	0.77	0.77	0.77	0.76	0.75	0.75	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.83	1.84	1.84	1.84	1.85	1.85	1.84	1.83	Total divertissements et services personnels

Chart E4. GDP nominal growth rates**Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart E5. Output of leisure and personal services industries****Graphique E5. Production du groupe des divertissements et services personnels**

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table E2. Arts, entertainment and recreation services industries, employment

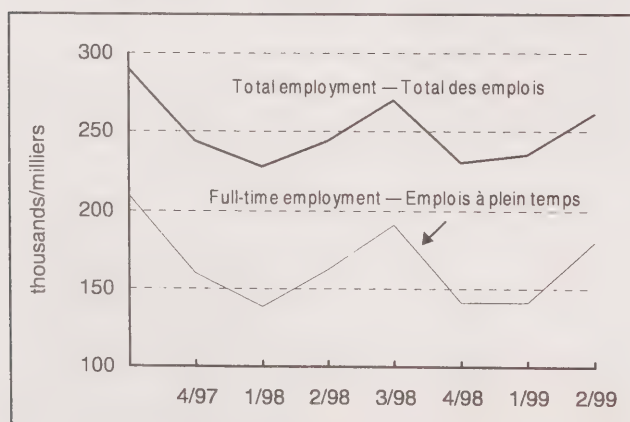
Tableau E2. Arts, spectacles et loisirs, emploi

1997			1998				1999				
III	IV		I	II	III	IV	I	II			
thousands — milliers											
Employment									Emploi		
Performing arts, spectator sports and related industries			98	105	103	102	102	92	85	87	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
Heritage institutions			32	18	13	18	23	15	14	18	Établissements du patrimoine
Gambling industries			32	31	34	33	34	35	37	38	Jeux de hasard et loteries
Amusement parks, arcades and other recreation			129	91	78	92	112	88	100	119	Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements
Total			290	245	229	245	270	231	236	262	Total
Full-time			209	160	139	162	190	142	141	180	Plein temps
Part-time			81	85	90	82	80	89	95	81	Temps partiel

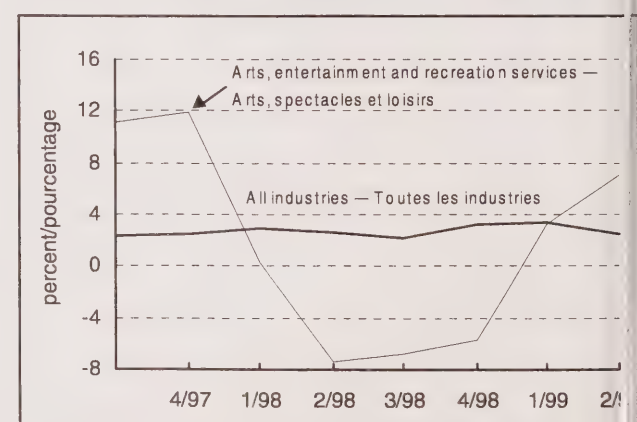
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Performing arts, spectator sports and related industries	-4.4	14.5	15.7	10.0	4.6	-11.7	-17.2	-14.7	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
Heritage institutions	5.7	-17.4	-20.4	-15.6	-28.2	-16.0	2.3	1.1	Établissements du patrimoine
Gambling industries	31.0	10.2	-7.9	-13.7	5.6	9.9	8.3	15.9	Jeux de hasard et loteries
Amusement parks, arcades and other recreation	23.2	17.5	-8.1	-18.0	-13.4	-2.3	28.3	29.3	Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements
Total	11.1	11.8	0.4	-7.4	-6.9	-5.7	3.2	7.1	Total
Full-time	9.6	12.5	-3.7	-8.9	-9.0	-11.4	1.9	10.9	Plein temps
Part-time	15.3	10.6	7.4	-4.2	-1.4	5.1	5.3	-1.6	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel

Chart E6. Employment¹Graphique E6. Emploi¹

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart E7. Employment growth rates²Graphique E7. Taux de croissance de l'emploi²

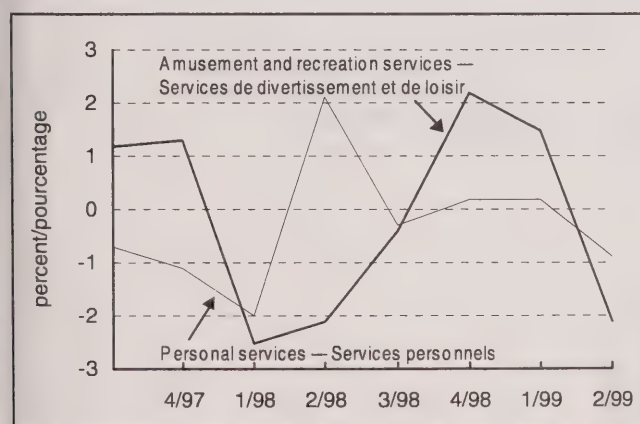
² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table E3. Leisure and personal services, average wages and salaries**Tableau E3. Divertissements et services personnels, rémunération**

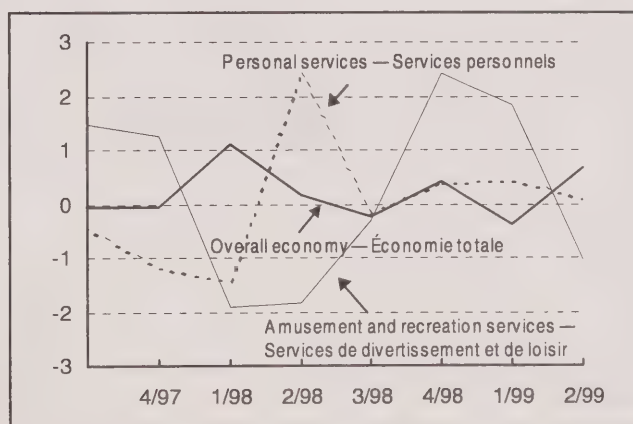
1997			1998				1999		
III	IV		I	II	III	IV	I	II	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Amusement and recreation services									Services de divertissement et de loisir
Personal services									Services personnels
Overall economy									Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services									Services de divertissement et de loisir
Personal services									Services personnels
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Amusement and recreation services									Services de divertissement et de loisir
Personal services									Services personnels
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy									Économie totale

Chart E8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in leisure and personal services industries

Graphique E8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les divertissements et services personnels

**Chart E9. Wage and salary growth rates in leisure and personal services industries¹**

Graphique E9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.



Custom Tabulations

Totalisations spéciales

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Other Services Industries

Autres services

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

F. Other Services Industries

Note to Users:

This section offers employment data for some service industries not covered in the previous industry sections. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. Remuneration data and gross domestic product figures will later be added to this section when they become available on a NAICS-coded basis. This section broadly covers the following services industries, some of which have not been traditionally covered in *Services Indicators*:

Real Estate and Rental and Leasing Services (NAICS 53)

Management of Companies and Enterprises (NAICS 55)

Administrative and Support, Waste Management and Remediation Services (NAICS 56)

Educational Services (NAICS 61)

Health Care and Social Assistance Services (NAICS 62)

Repair, Maintenance, Personal, Laundry and Other Services (NAICS 81)

F. Autres Services

Note aux utilisateurs :

La présente section contient des données sur l'emploi pour les branches de certains services que ne couvrent pas les secteurs décrits dans les sections qui précèdent. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. On ajoutera plus tard les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut à cette section dès qu'elles seront produites en se fondant sur le SCIAN. Cette section décrit, de façon générale, les services ci-après, qui ne figuraient pas tous auparavant dans *Indicateurs des services* :

Services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53)

Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55)

Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56)

Services d'enseignement (SCIAN 61)

Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62)

Réparation, entretien, service personnel, blanchisseries et autres services (SCIAN 81)

Table F1. Other services industries, employment

Tableau F1. Autres services, emploi

1997			1998				1999		
III	IV		I	II	III	IV	I	II	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Real estate services	167	168	178	185	188	202	189	188	Services immobiliers
Rental and leasing services	71	54	57	65	65	61	68	71	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	3	4	6	7	5	3	5	4	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	448	431	435	473	494	465	463	497	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	21	18	21	21	19	18	25	26	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	847	967	976	953	859	983	1,002	970	Services d'enseignement
Health care, social services	1,409	1,388	1,415	1,468	1,498	1,481	1,420	1,475	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	733	715	700	711	741	725	736	731	Réparation/serv. pers./ blanchissage

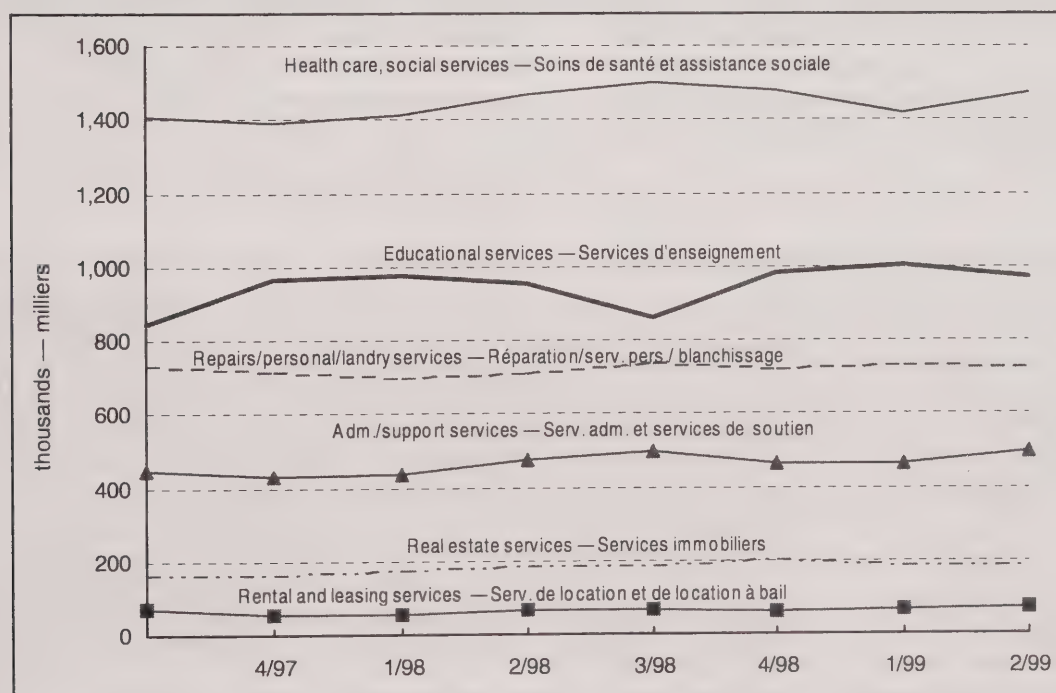
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)		Taux de variation (%)							
Real estate services	-12.8	-9.8	-3.1	3.3	13.0	20.7	5.9	1.5	Services immobiliers
Rental and leasing services	46.6	-4.7	-7.3	-3.7	-8.9	12.2	19.3	8.9	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	-53.0	-42.6	6.9	143.3	54.8	-15.4	-19.4	-45.2	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	8.4	5.5	8.1	11.7	10.3	7.8	6.4	5.0	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	-9.7	-20.6	-6.7	-4.6	-12.6	0.0	19.0	26.2	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	3.1	2.7	0.1	-1.2	1.4	1.6	2.6	1.8	Services d'enseignement
Health care, social services	-0.2	-0.5	1.3	4.8	6.4	6.6	0.4	0.5	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	4.3	6.8	5.2	0.2	1.1	1.5	5.1	2.9	Réparation/serv. pers./ blanchissage

Chart F1. Employment in various service industries

Graphique F1. Emploi dans des industries de services variés



Definitions and Concepts

Tables A1, B1, C1, D1 and E1

The value-added by industry data are produced at the source (IMAD) as annualized series. That is, the monthly total is multiplied by 12.

Tables A2, B2, C2, D2 and E2

Given that the employment data are not seasonally adjusted it makes little sense to depict them as time series. The relevant comparisons are between one quarter with the same quarter last year. This is how the rates of change are constructed and interpreted. Employment figures of less than 30,000 should be treated with caution as they may be subject to high sampling variability. As well, the number of self-employed excludes unpaid family workers.

Tables A3, B3, C3, D3 and E3

The salary data are annualized quarterly series. They refer to actual payroll and not rates of pay. The monthly average weekly wage and salary series (including overtime) are averaged over three months to produce average weekly earnings series for the quarter (smoothing moving-average technique). Then they are multiplied by 52. The resulting series show the estimated average annual wages and salaries. They reveal what an individual is expected to make in a year as seen from what the person makes this quarter. This kind of information is expected to change every quarter.

The CPI-adjusted rates of change are calculated as follows: first the annualized series are deflated with the CPI of the quarter (obtained from monthly series); and then, the rate of change from the previous quarter value of the series is estimated. This is the methodologically correct procedure to follow rather than to merely subtract the CPI from the series rate of change. The latter would be, at best, an approximation of the intended measurement.

Définitions et concepts

Tableaux A1, B1, C1, D1 et E1

Les données sur la valeur ajoutée par branche de services sont produites par la source (la DMAI) sous forme de séries annualisées. Autrement dit, le total mensuel est multiplié par 12.

Tableaux A2, B2, C2, D2 et E2

Étant donné que les données sur l'emploi ne sont pas désaisonnalisées, il n'est pas très logique de les qualifier de séries chronologiques. Les comparaisons pertinentes sont les comparaisons entre un trimestre et le trimestre correspondant à l'année précédente. C'est ainsi que sont construits et interprétés les taux de variation. Lorsque le nombre d'emplois est inférieur à 30 000, faut interpréter les données avec circonspection, puisqu'elles peuvent présenter une variabilité d'échantillonnage élevée. De même, le nombre de travailleurs autonomes exclut les employés de la famille qui ne sont pas salariés.

Tableaux A3, B3, C3, D3 et E3

Les données sur la rémunération sont présentées sous forme de séries trimestrielles annualisées. Elles correspondent aux salaires réels et non aux taux de rémunération. On établit la moyenne sur trois mois de la série mensuelle des gains hebdomadaires moyens pour produire la série des gains hebdomadaires moyens pour le trimestre (au moyen de la technique du lissage des moyennes mobiles). Le résultat est ensuite multiplié par 52, ce qui donne une estimation des gains annuels. On calcule donc le revenu qu'une personne devrait toucher en un an à partir du revenu qu'elle a gagné au cours du trimestre. Ce genre de données sur la rémunération devrait varier d'un trimestre à l'autre.

Les taux de variation corrigés en fonction de l'IPC sont calculés selon la technique suivante : tout d'abord, les séries annualisées sont dégonflées au moyen de l'IPC du trimestre (obtenu à partir des séries mensuelles); puis le taux de variation de la valeur de la série établie pour le trimestre précédent est calculé. Il s'agit de la bonne procédure à appliquer au lieu de simplement soustraire l'IPC du taux de variation des séries. Cela devrait donner, en principe, une estimation de la mesure voulue.



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada
Operations and Integration
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6



PHONE

1 800 267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S., and in the Ottawa area, call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



FAX

1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA, MasterCard and purchase orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Telecommunication Device
for the Hearing Impaired

(Please print)

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

()

()

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase
Order Number
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.

Subscription will begin with the next issue to be released.

Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1-800-267-6677.

Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.

Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada.

GST Registration # R121491807

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only, where applicable)

Applicable PST
(Canadian clients only, where applicable)

Applicable HST
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF 097019

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada
Opérations et intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



TÉLÉPHONE 1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



TÉLÉCOPIEUR 1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

()

()

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$



N° du bon de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

▶ Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.	TOTAL
▶ L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.	RÉDUCTION (s'il y a lieu)
▶ Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.	TPS (7 %) (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
▶ Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.	TVP en vigueur (Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)
▶ Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Releveur général du Canada.	TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)
▶ TPS N° R121491807	TOTAL GÉNÉRAL
	PF097019

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada
Statistics Canada

Canada

Success is within your reach

Le succès est à la portée

729MIS06315

when you subscribe to the *Canadian Economic Observer*!

Understanding what is key to Canada's economic activity is important to virtually every successful business, particularly in today's highly competitive economy. Whether your company has 10 employees or 10,000, it's vital that you are equipped to anticipate the trends that could prove influential in the years ahead. One way is to subscribe to Canada's leading report card on the economy — the *Canadian Economic Observer (CEO)*.

► CEO meets your needs

Whether your job requires you to access data, track trends or devise highly effective business plans, you'll find many uses for *CEO*. Packed with detailed charts, diagrams and tables, *CEO* is your hands-on tool for understanding the economy from the inside out. And *CEO* gives you the kind of in-depth, intelligent analysis you have come to expect from the world's leading statistical agency.

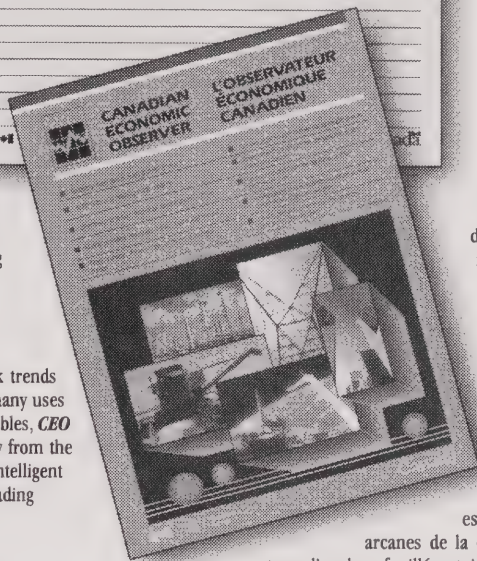
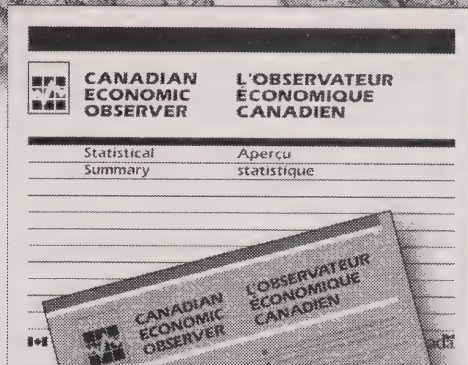
► CEO is easy to use

Consultations with experts have contributed to *CEO*'s present, widely acclaimed format. The **Current Economic Conditions** section contains thought-provoking commentary on current issues, trends and developments. Economic growth, trade, financial market activity — all of the major economic developments across Canada are covered month to month, issue by issue.

The **Economic Events** section profiles developments in the previous month that had an impact on the economy. **Plus**, *CEO* has a topical **Feature Article** providing thoughtful insight into issues that either directly or indirectly affect all Canadians. A separate **Statistical Summary** carries a full range of hard data relating to important economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and many others.

► CEO offers solutions

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts. You'll also receive a copy of *CEO*'s annual **Historical Statistical Summary** at no additional charge.



des abonnés à *L'Observateur économique canadien*!

Il est important pour à peu près toutes les entreprises prospères de comprendre les grandes lignes de l'activité économique, surtout dans l'économie concurrentielle d'aujourd'hui. Que votre entreprise compte dix, cent ou plus de mille employés, vous voudrez sans doute vous équiper en vue d'anticiper les tendances qui peuvent exercer une influence sur les années à venir. Un bon moyen consiste à vous abonner au principal bulletin de santé économique du Canada : *L'Observateur économique canadien (L'OEC)*.

► L'OEC répond à vos besoins

Que vous ayez à consulter des données, à repérer de grandes tendances ou à concevoir des plans d'entreprises efficaces, *L'OEC* répondra à nombre de vos besoins. Rempli de tableaux, de graphiques et de diagrammes détaillés, *L'OEC*

est l'outil pratique par excellence pour comprendre les arcanes de la conjoncture économique. De plus, *L'OEC* vous offre le type d'analyse fouillée et intelligente à laquelle vous vous attendez d'un leader mondial dans le domaine de la statistique.

► L'OEC est simple à utiliser

Des consultations avec plusieurs experts ont fait en sorte que le nouveau format de *L'OEC* reçoit aujourd'hui un accueil enthousiaste de la part de nos nombreux lecteurs. La section des **Conditions économiques actuelles** comprend des commentaires percutants sur des questions, des tendances et des développements économiques. La croissance économique, le commerce, l'activité des marchés financiers — les événements économiques marquants au Canada sont examinés dans chaque numéro mensuel.

La section **Événements économiques** regroupe les faits d'actualité ayant eu un impact majeur sur l'économie au cours du mois précédent. **En plus**, *L'OEC* comprend une **Étude spéciale** qui examine en profondeur des sujets qui touchent directement ou indirectement presque tous les Canadiens et Canadiennes. Enfin, l'**Aperçu statistique** contient l'ensemble des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

► L'OEC vous offre des solutions

En tant qu'abonné, vous profiterez d'une communication directe avec les analystes de Statistique Canada. Vous recevrez également, sans frais additionnels, un exemplaire du **Supplément statistique historique de L'OEC**.

VISIT OUR WEB SITE!
www.statcan.ca

VISITEZ NOTRE SITE INTERNET!
www.statcan.ca

Subscribe to the *Canadian Economic Observer* (Catalogue # 11-010-XPB) TODAY for only \$227 in Canada plus GST/HST and applicable PST and US\$227 in other countries. Call TOLL-FREE 1-800-267-6677 or FAX 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 and use your VISA or MasterCard. You can also MAIL your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

Abonnez-vous dès AUJOURD'HUI à *L'Observateur économique canadien* (numéro au catalogue 11-010-XPB) pour seulement 227 \$ au Canada (TPS/TVA et TVP en sus, s'il y a lieu) et 227 \$ US dans les autres pays. Composez SANS FRAIS le 1-800-267-6677 ou faites-nous parvenir votre commande par TÉLÉCOPIEUR au 1-800-889-9734 ou au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard. Vous pouvez également envoyer votre commande par la POSTE à l'adresse suivante: Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de dont la liste figure dans la présente publication.

Canadians in the spotlight



Society is changing rapidly. It's a constant challenge for you to stay informed about the important social issues and trends affecting us all. **Canadian Social Trends** helps you to meet that challenge successfully by bringing you dynamic and invaluable social analysis in a clear, concise and highly readable format.

Each issue of this popular Statistics Canada quarterly brings key elements of Canadian life into the spotlight — care-giving, literacy, students, young families, ethnicity, seniors. The easy-to-read articles draw from a wide range of demographic, social and economic data sources. Tables and charts highlight key points. A Social Indicators table tracks change.

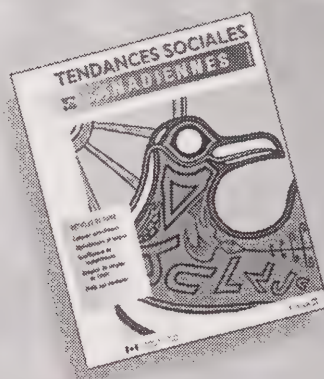
Social science professionals, researchers, business and policy analysts, educators, students and the general public rely on **Canadian Social Trends**. Subscribing today will help you keep abreast of change, evaluate social conditions, plan programs or services and much more!

Visit the "In-Depth" section of our Web site at www.statcan.ca to view some recent articles.

Subscribe today! You won't want to miss a single issue!

Only \$36 (plus either HST or GST and applicable PST) annually in Canada and US\$36 outside Canada! To order **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XPE), write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1 800 889-9734, call 1 800 267-6677 or send an e-mail: order@statcan.ca. Subscribe on our Web site to the downloadable version of **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XIE) for only \$27 in Canada, US\$27 outside Canada. URL: www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi

Pleins feux sur les Canadiens



La société évolue rapidement. Et vous devez constamment chercher à demeurer au fait des questions et des tendances sociales importantes qui touchent chacun de nous. **Tendances sociales canadiennes** vous aide à relever ce défi avec succès en vous présentant une analyse sociale à la fois dynamique et d'une valeur inestimable dans un texte clair, concis et fort compréhensible.

Chaque numéro de ce populaire trimestriel de Statistique Canada s'intéresse à des éléments clés de la vie canadienne tels que les soins, l'alphabétisme, les étudiants, les jeunes familles, l'origine ethnique et les personnes âgées. De lecture facile, les articles qu'on y trouve puisent dans une foule de sources de données démographiques, sociales et économiques. Des tableaux et des graphiques en illustrent les points saillants. Un tableau des indicateurs sociaux permet de suivre l'évolution des choses.

Les professionnels des sciences sociales, les chercheurs, les analystes du monde des affaires et des politiques, les enseignants, les étudiants et le grand public se fient à **Tendances sociales canadiennes**. Vous abonner aujourd'hui vous aidera à rester à la fine pointe du changement, à évaluer la conjoncture sociale, à planifier des programmes ou des services et plus encore!

Visitez la section « En profondeur » de notre site Web à www.statcan.ca pour consulter certains des articles publiés récemment.

Abonnez-vous aujourd'hui! Vous ne saurez vous passer d'un seul numéro!

Seulement 36 \$ par année (plus, soit la TVH, soit la TPS et la TVP en vigueur) au Canada et 36 \$ US à l'extérieur du Canada! Pour commander **Tendances sociales canadiennes** (n° 11-008-XPF au cat.), écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication). Vous pouvez passer votre commande par télécopieur au 1 800 889-9734, par téléphone au 1 800 267-6677 ou par courriel à : order@statcan.ca. Abonnez-vous sur notre site Web à la version téléchargeable (n° 11-008-XIF au cat.) pour seulement 27 \$ par année au Canada, 27 \$ US à l'extérieur du Canada. URL : www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi



Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

3rd Quarter 1999

- Information and Cultural Industries
- Finance and Insurance Industries
- Professional, Scientific and Technical Services Industries
- Accommodation and Food Services Industries
- Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

3^e trimestre 1999

- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Hébergement et services de restauration
- Arts, spectacles et loisirs

Gouvernement
du Canada

Feature articles:

- Innovation in the engineering services industry
- Profile of Canada's travel agency industry

Études spéciales :

- Innovation dans les services d'ingénierie
- Profil du secteur des agences de voyages du Canada



Statistics Canada
Statistique Canada

Canada

Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Services, Indicators and Analysis, Service Industries Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-6739) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montreal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided, **for all users who reside outside the local dialling area** of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1-800-263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1-800-363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1-800-267-6677
Fax Order line (Canada and United States)	1-877-287-4369

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-016-XPB, is published quarterly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$35.00 per issue and \$116.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$35.00 per issue and US \$116.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-016-XIB for CDN \$26.00 per issue or CDN \$87.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>

Standards of Service to the Public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguistique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Indicateurs, des services et analyse, Division des industries de service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-6739) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Régina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** de centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677
Numéro de commande par télécopieur (Canada et États-Unis)	1-877-287-4369

Renseignement sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-016-XPB au catalogue paraît trimestriellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 35,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 35,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet (n° 63-016-XIB au catalogue). Un numéro coûte 26,00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 87,00 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

Normes de service au public

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.

Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

3rd Quarter 1999

- ▶ Information and Cultural Industries
- ▶ Finance and Insurance Industries
- ▶ Professional, Scientific and Technical Services Industries
- ▶ Accommodation and Food Services Industries
- ▶ Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

3^e trimestre 1999

- ▶ Industrie de l'information et industrie culturelle
- ▶ Finance et assurances
- ▶ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ▶ Hébergement et services de restauration
- ▶ Arts, spectacles et loisirs

Feature articles:

- ▶ **Innovation in the engineering services industry**
- ▶ **Profile of Canada's travel agency industry**

Études spéciales :

- ▶ **Innovation dans les services d'ingénierie**
- ▶ **Profile du secteur des agences de voyages du Canada**

Published by the authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 2000

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 3
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 3
ISSN 1480-8382

Frequency: Quarterly

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Janvier 2000

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 3
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 3
ISSN 1480-8382

Périodicité : trimestriel

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^P preliminary figures.
- ^e estimate.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^P nombres provisoires.
- ^e estimation.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences - «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 - 1984.



Table of contents

Table des matières

	Page		Page
Preface	5	Préface	5
Services overview	12	Aperçu général des services	12
Feature articles:		Études spéciales :	
Innovation in the engineering services industry	19	Innovation dans les services d'ingénierie	19
Profile of Canada's travel agency industry	31	Profil du secteur des agences de voyages du Canada	31
Information and cultural industries	43	Industrie de l'information et industrie culturelle	43
Highlights	47	Faits saillants	47
Analytical Indicators	49	Indicateurs analytiques	49
Finance and insurance industries	53	Finance et assurances	53
Highlights	58	Faits saillants	58
Analytical Indicators	60	Indicateurs analytiques	60
Professional, scientific and technical services industries	65	Services professionnels, scientifiques et techniques	65
Highlights	70	Faits saillants	70
Analytical Indicators	72	Indicateurs analytiques	72
Accommodation and food services industries	77	Hébergement et services de restauration	77
Highlights	81	Faits saillants	81
Analytical Indicators	83	Indicateurs analytiques	83
Arts, entertainment and recreation services industries	87	Arts, spectacles et loisirs	87
Highlights	92	Faits saillants	92
Analytical Indicators	93	Indicateurs analytiques	93
Other services industries	97	Autres services	97
Definitions and concepts	100	Définitions et concepts	100

Acknowledgments

This publication was prepared in Service Industries Division under the direction of:

- **Janice McMechan**, Director, Service Industries Division
- **Gord Baldwin**, Assistant Director, Service Industries Division
- **Don Little**, Editor
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Text and article reviewers:

- Gord Baldwin
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard
- Louise Stewart

Major data-providing divisions:

- Industrial Organization and Finance Division
- Household Surveys Division
- Labour Division
- Industry Measures and Analysis Division

Remerciements

Cette publication a été rédigée dans la Division des industries de service sous la direction de :

- **Janice McMechan**, Directrice, Division des industries de service
- **Gord Baldwin**, Directeur adjoint, Division des industries de service
- **Don Little**, Éditeur
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Révision des textes et des articles :

- Gord Baldwin
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard
- Louise Stewart

Principales divisions productrices de données :

- Division de l'organisation et des finances de l'industrie
- Division des enquêtes-ménages
- Division du travail
- Division de la mesure et de l'analyse des industries

Preface

Data on Key Service Industries

Service industries dominate the industrial economies and their importance is growing as a result of globalization and economic restructuring. This growing importance is especially true of the dynamic service industries which are the focus of this publication: information and cultural industries; finance and insurance industries; and professional, scientific and technical services industries. These industries account for a significant proportion of GDP. Moreover, these are the industries that move information, organize finance and property and help businesses do business. As such, they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy. The publication also covers the traveler accommodation and food services industries, and the arts, entertainment and recreation services industries.

Service industries are not all the same and not all have the same dynamic impact on the economy. In total, they account for two-thirds of GDP. That total includes the services covered by this publication as well as government and institutional services, services related to the movement of goods, and services sold primarily to households. Most other service industries are covered by existing statistical programmes, while this publication fills a gap in the coverage by focusing more on services to business. To do this, it draws upon a number of sources and provides information at a level of detail never before produced.

This publication: Data and Analysis

The publication includes one or two feature articles per issue, and some issues include an "A Glance at..." section, which briefly describes notable developments in the services sector. These sections are followed by quarterly statistical indicators for five service industry groupings. The core material includes financial, employment, salary and GDP by industry data that facilitate the analysis of industrial performance. It also includes a services overview section.

Préface

Données sur les principales branches de services

Le secteur des services domine les économies industrielles et prend de plus en plus d'importance en raison de la globalisation et de la restructuration économique. C'est en particulier le cas des branches des services dynamiques qui font l'objet de la présente publication à savoir : industrie de l'information et industrie culturelle; finance et assurances; services professionnels, scientifiques et techniques. Ces branches d'activités représentent une partie appréciable du PIB, et, de plus elles sont celles qui s'occupent de la diffusion de l'information, de l'organisation des finances et de l'immobilier et de l'aide aux entreprises dans la pratique des affaires. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain. La présente publication couvre également les services d'hébergement et de restauration et les arts, spectacles et loisirs.

Les branches de services ne sont pas toutes pareilles et toutes n'ont pas le même impact dynamique sur l'économie. Au total, elles comptent pour les deux tiers du PIB. Ce total recouvre les services examinés dans cette publication ainsi que les services gouvernementaux et institutionnels, les services reliés au mouvement des biens et les services vendus avant tout aux ménages. La plupart des autres branches de services sont couvertes par les programmes statistiques existants, tandis que la présente publication comble une lacune, puisqu'elle porte plus sur les services aux entreprises. Pour cela, elle exploite un certain nombre de sources de données et fournit des renseignements à un niveau de détail sans précédent.

Dans cette publication : Description des données et analyse

On y trouve un ou deux articles de fond par numéro, et plusieurs éditions incluent une section qui décrit brièvement les développements notables ayant lieu dans le secteur des services. Suivent des indicateurs statistiques trimestriels pour cinq groupes du secteur des services. Les données de la partie principale comprennent les données financières, de l'emploi, de la rémunération et du PIB par branche d'activité qui facilitent l'analyse de la performance industrielle. Elle contient également une section consacrée à une vue d'ensemble du secteur des services.

Data Sources

The financial data come from the Quarterly Survey of Financial Statements of the Industrial Organization and Finance Division (IOFD) and refer to non-government business enterprises. These data are classified according to the North American Industrial Classification System (NAICS). As other data sources use other industrial classifications, care is taken to maximize comparability. Employment data come from the monthly Labour Force Survey (LFS) of the Statistics Canada's Household Surveys Division. These data are also classified according to NAICS codes.

The LFS data are presented on a quarterly basis and are not seasonally adjusted. Salary data come from the monthly Survey of Employment, Payrolls and Hours (SEPH) of the Labour Division. They are presented in quarterly annualized series and are not seasonally adjusted. GDP by industry data are produced monthly at the Industry Measures and Analysis Division (IMAD). They are also presented as quarterly annualized series and are seasonally adjusted. The salary and GDP data are broken down according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E).

For the Services Overview section, data are published as produced at the sources. Data on consumer spending come from the National Accounts and Environment Division (NAED). They are annualized, seasonally adjusted series. Data on prices come from the monthly Consumer Price Index (CPI) of the Prices Division and are presented on a quarterly basis. Finally, data on international trade are compiled by the Balance of Payment Division (BOP) and are seasonally adjusted. Seasonally adjusted data are indicated by "s.a.".

Data Revisions

Data revisions follow the revision cycles of the sources. Normally LFS and CPI data are not revised. IOFD data are revised only for the previous quarter, and once a year for the previous three years. SEPH data are revised for the previous month and they will affect only the last quarter. IMAD data are revised monthly for all the months of the calendar year. In addition, SEPH and IMAD data are revised annually for several quarters. NAED and BOP data are revised every quarter back to the first quarter of the calendar year and once a year for several quarters.*

Sources des données

Les données financières proviennent du relevé trimestriel de états financiers de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie (DOFI) et recouvrent les entreprises commerciales non gouvernementales. Ces données sont classées selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Comme d'autres sources de données utilisent d'autres classifications des industries, on s'est efforcé de maximiser la comparabilité des données. Les données de l'emploi proviennent de l'Enquête mensuelle sur la population active (EPA), que mène la Division des enquêtes-ménages. Ces données sont aussi classées selon le SCIAN.

Les données de l'EPA sont présentées sous la forme de statistiques trimestrielles brutes. Les données de la rémunération proviennent de l'Enquête mensuelle sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH), que mène la Division du travail. Ces données sont publiées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et brutes. Les données du PIB selon la branche d'activité sont produites chaque mois par la Division des mesures et de l'analyse des industries (DMAI). Elles sont également présentées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et désaisonnalisées. Les données de la rémunération et du PIB sont décomposées selon la classification type des industries pour les établissements de 1980 (CTI-E).

Dans la section consacrée au survol du secteur des services, les données sont publiées telles qu'elles sont produites à la source. Les données sur les dépenses de consommation proviennent de la Division des comptes nationaux et de l'environnement (DCNE). Ces données sont des séries annualisées et désaisonnalisées. Les données des prix proviennent de l'indice mensuel des prix de la consommation (IPC) de la Division des prix, et sont présentées sur une base trimestrielle. Enfin, les données du commerce international sont rassemblées par la Division de la balance des paiements (BDP), et les séries sont désaisonnalisées. Les données désaisonnalisées sont désignées par «dés.».

Révision des données

La révision des données suit le cycle de révision des sources. En général, les données de l'EPA et de l'IPC ne sont pas révisées. Les données de la DOFI sont révisées seulement pour le trimestre précédent, et une fois par an pour les trois années précédentes. Les données de l'EERH sont révisées pour le mois précédent, et ceci devrait toucher que les statistiques pour le dernier trimestre. Les données de la DMAI sont révisées chaque mois pour tous les mois de l'année civile. Par ailleurs, les données de l'EERH et de la DMAI sont révisées tous les ans pour plusieurs trimestres. Enfin, les données de la DCNE et de la BDP sont révisées tous les trimestres rétrospectivement jusqu'au premier trimestre de l'année civile, et une fois par an pour plusieurs trimestres.*

To ensure clarity, selected analytical ratios, charts and descriptive and analytical notes are dispersed throughout the publication. Tables, charts and notes are complementary and combine to provide a complete picture.

Reader Participation

This publication provides a balanced information package. However, it cannot present all of the available data. Readers are encouraged to suggest additions or changes to the material presented. More specific and immediate data needs can be satisfied on an individual basis. In both cases readers are invited to contact Don Little (Telephone: 613-951-6739 or FAX: 613-951-6696).

Pour des considérations de clarté, des ratios analytiques, des graphiques, des descriptions et des notes analytiques sont dispersés dans toute la publication. Des tableaux, des graphiques et des notes viennent compléter la publication et se combinent pour donner une image complète.

Participation des lecteurs

Cette publication contient un ensemble d'informations bien équilibré. Cependant, elle ne peut présenter toutes les données existantes. Les lecteurs sont invités à proposer des ajouts ou des changements aux données présentées. On peut répondre individuellement aux lecteurs qui ont des besoins plus précis et immédiats en matière de données. Dans les deux cas, les lecteurs sont priés de communiquer avec Don Little (téléphone : 613-951-6739 ou télécopieur : 613-951-6696).

* For more information about the data sources, see *Quarterly financial statistics for enterprises*, (Catalogue No. 61-008), *The Labour Force*, (Catalogue No. 71-001), *Employment, Earnings and Hours*, (Catalogue No. 72-002), *Gross Domestic Product by Industry*, (Catalogue No. 15-001), *National Income and Expenditure Accounts*, (Catalogue No. 13-001), *The Consumer Price Index*, (Catalogue No. 62-001) and *Canada's Balance of International Payments*, (Catalogue No. 67-001).

* Pour plus de renseignements sur les sources de données, consulter *Statistiques financières trimestrielles des entreprises*, (n° 61-008 au catalogue), *La population active*, (n° 71-001 au catalogue), *Emploi, gains et durée du travail*, (n° 72-002 au catalogue), *Produit intérieur brut par industrie*, (n° 15-001 au catalogue), *Comptes nationaux des revenus et dépenses* (n° 13-001 au catalogue), *L'indice des prix à la consommation* (n° 62-001 au catalogue) et *Balance des paiements internationaux du Canada* (n° 67-001 au catalogue).

Thank-you

Thank you for your interest in Services Indicators. Your constant support and feedback will help us to continually improve the quality and usefulness of this publication.

Merci

Merci à notre clientèle pour l'intérêt apporté à Indicateurs des services. Votre support constant et vos commentaires nous aideront à continuer d'améliorer la qualité et l'utilité de cette publication.

Recent Feature Articles

- **Business Services - Part 1: Evolution**
(2nd Quarter 1994)
- **Business Services - Part 2: The Human Side**
(3rd Quarter 1994)
- **Strategic R&D Alliances**
(4th Quarter 1994)
- **The Demand for Telecommunication Services**
(1st Quarter 1995)
- **Television: Glorious Past, Uncertain Future**
(2nd Quarter 1995)
- **The Industrial Organization of the Property and Casualty Insurance Business**
(3rd Quarter 1995)
- **Human Resources in Science and Technology in the Services Sector**
(4th Quarter 1995)
- **Access to the Information Highway**
(1st Quarter 1996)
- **Temporary Help Service Industry: Its Role, Structure and Growth**
(2nd Quarter 1996)
- **Two Decades of Financial Intermediation by the Canadian Insurance Business**
(3rd Quarter 1996)
- **Research and Development in a Service Economy**
(4th Quarter 1996)
- **Access to the Information Highway: The Sequel**
(1st Quarter 1997)
- **Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector**
(2nd Quarter 1997)

Études spéciales récemment parues

- **Services aux entreprises - Partie 1 : Évolution**
(2^e trimestre 1994)
- **Services aux entreprises - Partie 2 : L'aspect humain**
(3^e trimestre 1994)
- **Alliances stratégiques de R-D**
(4^e trimestre 1994)
- **La demande de services de télécommunications**
(1^{er} trimestre 1995)
- **La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain**
(2^e trimestre 1995)
- **L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers**
(3^e trimestre 1995)
- **Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services**
(4^e trimestre 1995)
- **Accès à l'autoroute de l'information**
(1^{er} trimestre 1996)
- **Le secteur des services d'aide temporaire : rôle, structure et croissance**
(2^e trimestre 1996)
- **Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes**
(3^e trimestre 1996)
- **Recherche et développement dans une économie fondée sur les services**
(4^e trimestre 1996)
- **Accès à l'autoroute de l'information : La suite**
(1^{er} trimestre 1997)
- **Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services**
(2^e trimestre 1997)

- **How Resilient is the Services Sector to Recession?**
(3rd Quarter 1997)
- **Re-engineering Growth: A Profile of the Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services Industry**
(3rd Quarter 1997)
- **The Software Development and Computer Services Industry: An Overview of Developments in the 1990s**
(4th Quarter 1997)
- **The Emergence of Logistics Services: Measurement Issues**
(4th Quarter 1997)
- **Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector**
(1st Quarter 1998)
- **Leasing Services Industries in the 1990s**
(1st Quarter 1998)
- **“Can I Help You?”: The Rise in Household Spending on Services**
(2nd Quarter 1998)
- **Are Jobs Less Stable in the Services Sector?**
(2nd Quarter 1998)
- **Entertainment Services: A Growing Consumer Market**
(3rd Quarter 1998)
- **Employment and Remuneration in the Services Industries Since 1984**
(3rd Quarter 1998)
- **Room Utilization in the Traveller Accommodation Industry**
(4th Quarter 1998)
- **The Gambling Industry: Raising the Stakes**
(4th Quarter 1998)
- **Getting Connected or Staying Unplugged: The Growing Use of Computer Communications Services**
(1st Quarter 1999)
- **Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?**
(3^e trimestre 1997)
- **Repenser la croissance : un profil du secteur des services d'architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques**
(3^e trimestre 1997)
- **L'industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l'évolution dans les années 1990**
(4^e trimestre 1997)
- **L'émergence des services logistiques : questions de mesure**
(4^e trimestre 1997)
- **Gains et pertes d'emplois : une étude du secteur des services**
(1^{er} trimestre 1998)
- **Le secteur des services de location au cours des années 1990**
(1^{er} trimestre 1998)
- **«Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services**
(2^e trimestre 1998)
- **Les emplois sont-ils moins stables dans le secteur tertiaire?**
(2^e trimestre 1998)
- **Les services de divertissement : un marché de consommation en croissance**
(3^e trimestre 1998)
- **Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984**
(3^e trimestre 1998)
- **Utilisation des chambres dans le secteur de l'hébergement des voyageurs**
(4^e trimestre 1998)
- **Jeux de hasard : miser gros**
(4^e trimestre 1998)
- **Être branché ou ne pas l'être : Croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
(1^{er} trimestre 1999)

- **Challenges Facing Canada's Internet Service Providers; A Snapshot from a Survey of ISPs**
(1st Quarter 1999)

- **Specialized Big-Box Stores**
(2nd Quarter 1999)

- **Innovation in the Engineering Services Industry**
(3rd Quarter 1999)

- **Profile of Canada's Travel Agency Industry**
(3rd Quarter 1999)

- **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : Survol tiré d'une enquête des FSI**
(1^{er} trimestre 1999)

- **Les magasins spécialisés à grande surface**
(2^e trimestre 1999)

- **Innovation dans les services d'ingénierie**
(3^e trimestre 1999)

- **Profil du secteur des agences de voyages du Canada**
(3^e trimestre 1999)

Services Overview

This section presents information that refers to the activity of the services industries. The industries covered under this aggregation, for GDP purposes, are:

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Transportation and Storage (45, 46, 47)
 Communications (48)
 Wholesale Trade (50-59)
 Retail Trade (60-69)
 Finance, Insurance and Real Estate (70-76)
 Business Services (77)
 Government Services (81-84)
 Educational Services (85)
 Health and Social Services (86)
 Accommodation, Food and Beverage Services (91, 92)
 Amusement and Recreation (96)
 Personal and Household Services (97)
 Other Services (98-99)

Information on consumer spending and prices refer to aggregations of service *commodities*. International trade in services comprises the following activities: travel, transportation, commercial services and government transactions and other services.

Aperçu général des services

On présente ici l'activité de l'ensemble des branches de services. Les branches qui auront été agrégées ici pour les renseignements concernant le PIB sont :

Classification type des industries pour établissement (CTI-E)

Transport et entreposage (45, 46, 47)
 Communications (48)
 Commerce de gros (50-59)
 Commerce de détail (60-69)
 Finances, assurances et services immobiliers (70-76)
 Services aux entreprises (77)
 Services gouvernementaux (81-84)
 Enseignement (85)
 Soins de santé et services sociaux (86)
 Hébergement et restauration (91, 92)
 Services de divertissements et loisirs (96)
 Services personnels et domestiques (97)
 Autres services (98-99)

Les renseignements concernant les dépenses de consommation et les prix se rapportent aux agrégations des *produits* de service. Le commerce international des services comprend les services suivants : voyages, transports, services commerciaux, opérations gouvernementales, autres services.

Services overview

Highlights — 3rd Quarter 1999

Compared to the 2nd quarter of 1999:

- Service sector output rose in real terms by 0.7% this quarter, the sector's lowest growth rate since mid-1998. Services growth in the third quarter was low compared to the goods sector, where the GDP soared by 2.3%. Among services, output growth was most rapid in computer and related services (+4.7%) and the other financial intermediaries industry (+2.2%). However, overall services growth was dampened by contractions in the insurance and real estate agents (-2.0%), advertising services (-1.9%) and architectural and other scientific services (-1.3%) industries. As well, an uncharacteristically weak growth rate of 1.2% was recorded for the telecommunications services industry due to softer demand for long distance services.
- Consumer spending continued to increase in response to employment gains. Although goods and services had similar price inflation rates, spending on goods rose more rapidly. Personal expenditures on goods rose by a sharp 2.6% this quarter due to increased spending on motor vehicles and vehicle parts, repairs and fuel. Services consumption rose by a comparatively slow rate of 0.9%. Expenditure growth was weak for accident and sickness insurance (-3.9%) and restaurant and accommodation services (+0.5%). However, spending on recreational services (+2.2%) and purchased transportation (+1.5%) rose more rapidly.

Aperçu général des services

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

Comparaison avec le 2^e trimestre de 1999 :

- Au troisième trimestre, la production dans le secteur des services a augmenté de 0,7 %, en chiffres absolus. Ce taux de croissance est non seulement le plus faible depuis le milieu de 1998, mais il est également modeste par rapport à la croissance relevée dans le secteur des biens dont le PIB a grimpé de 2,3 % au troisième trimestre. À l'intérieur du secteur des services, la croissance a été particulièrement rapide dans le secteur des services informatiques et des services connexes (+4,7 %) et celui des autres intermédiaires financiers (+2,2 %). Ces augmentations ont toutefois été atténuées par les reculs observés chez les agents d'assurance et les agents immobiliers (-2,0 %), les services de publicité (-1,9 %) et les services d'architecture et autres services scientifiques (-1,3 %). De son côté, le secteur des services de télécommunications a affiché un taux de croissance anormalement bas (1,2 %), imputable au fléchissement de la demande de services interurbains.
- L'amélioration de l'emploi a favorisé les dépenses à la consommation qui ont continué d'augmenter. Cependant, bien que les taux d'inflation des prix des biens et des services aient augmenté dans des proportions similaires, les consommateurs ont privilégié davantage les biens. Ainsi, les dépenses personnelles au poste des biens ont fait un gain appréciable de 2,6 % au troisième trimestre, avec l'accroissement des dépenses pour les véhicules automobiles et les pièces d'automobiles, les réparations et le carburant. Par comparaison, la hausse des dépenses pour les services a été relativement modeste (0,9 %). Les dépenses ont par ailleurs diminué au poste des services d'assurance-maladie et d'assurance contre les accidents (-3,9 %), ainsi que des services de restauration et d'hébergement (+0,5 %), mais elles ont augmenté pour les services de loisirs (+2,2 %) et l'achat de services de transport (+1,5 %).

Key Services Indicators

Variables	Growth since last quarter	Growth since same quarter last year
GDP (real)	↑ 0.7%	↑ 3.7%
Cons. Spending	↑ 0.9%	↑ 3.9%
Prices	↑ 0.8%	↑ 1.8%
Exports	↑ 2.0%	↑ 6.6%
Imports	↑ 1.6%	↑ 6.9%
Employment	...	↑ 2.3%

Indicateurs clés des services

Variables	Croissance depuis le dernier trimestre	Croissance depuis le même trimestre l'année précédente
PIB (réel)	↑ 0,7 %	↑ 3,7 %
Dép. des consom.	↑ 0,9 %	↑ 3,9 %
Prix	↑ 0,8 %	↑ 1,8 %
Exportations	↑ 2,0 %	↑ 6,6 %
Importations	↑ 1,6 %	↑ 6,9 %
Emploi	...	↑ 2,3 %

- Canada's trade surplus in goods soared from \$7.3 billion to \$9.5 billion this quarter due to a marked rise in exports, especially to the buoyant U.S. economy. Nevertheless, Canada's trade deficit in services (\$1.8 billion) was unchanged from last quarter, despite a 3.4% increase in commercial services receipts due to higher exports of financial services and engineering and technical services. These gains were nearly negated by a 5.4% rise in imports of transportation services.
- Favorisé par l'accroissement marqué des exportations, en particulier vers l'économie florissante des États-Unis, l'excédent commercial du Canada au titre des biens a fait un bond appréciable au troisième trimestre, passant de 7,3 milliards à 9,5 milliards de dollars. En revanche, le déficit commercial du Canada au poste des services est demeuré inchangé (1,8 milliard de dollars), malgré une hausse de 3,4 % des recettes générées par les services commerciaux elle-même attribuable à l'augmentation des exportations de services financiers et de services de génie et services techniques. Ces gains ont été presque annulés par l'augmentation de 5,4 % des importations de services de transport.

Highlights — 3rd Quarter 1999

Compared to the 3rd quarter of 1998:

- The GDP for the service sector was 3.7% higher this quarter, in real terms, than it was in the third quarter of 1998. However, this was easily exceeded by the robust 5.9% output growth rate of the goods sector.
- Compared to last year, services output rose most rapidly in computer and related services (+25.1%), telecommunication carriers and other telecommunications services (+14.7%), wholesale trade (+11.3%) and the other financial intermediaries industry (+10.4%). These increases were, however, somewhat offset by output declines in postal and courier services (-3.7%), architectural and other scientific services (-3.7%) and health and social services (-1.3%).
- Although Canada's trade surplus for goods is 67% higher than it was in the third quarter of 1998, the trade deficit for services worsened by 9%. A reduction in the deficit for commercial services was more than offset by a \$153 million increase in Canada's travel deficit. The latter development may have been due to appreciation in the Canadian dollar since the third quarter of last year, when it had fallen to an all-time low relative to its U.S. counterpart.
- The services sector accounted for 70% of the 345,000 jobs created in the economy since the third quarter of 1998. Moreover, 93% of the 242,000 added services jobs were full-time. As a result, the proportion of the services sector workforce with full-time jobs climbed to 79.4%, its highest level in three years. Nevertheless, this remains well below the 94.4% proportion in the goods-producing industries.
- The service sector's most rapid rates of employment growth since last year were in amusement parks, arcades and other recreation services industries (+27%), securities and commodity contract services (+27%), the gambling industry (+26%) and transportation services (+17%). Job loss rates were highest in telecommunication services (-20%), advertising and related services (-10%) and legal services (-10%).
- In absolute terms, services sector job growth was strongest in transportation services (+90,000 jobs), wholesale trade (+67,000), and restaurants and other food services (+35,000). These gains were partly offset by high job losses in public administration (-55,000) and telecommunication services (-39,000).

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

Comparaison avec le 3^e trimestre de 1998 :

- Entre le troisième trimestre de 1998 et celui de 1999, le PIB du secteur des services a progressé de 3,7 %, en chiffres absolus, ce qui est bien en deçà du taux de croissance de 5,9 % dans le secteur des biens.
- La croissance par rapport à l'an dernier a été particulièrement rapide dans les secteurs des services informatiques et services connexes (+25,1 %), des télécommunications et autres services de télécommunications (+14,7 %), du commerce de gros (+11,3 %) et des autres intermédiaires financiers (+10,4 %). Ces hausses ont toutefois été partiellement neutralisées par des baisses dans les services postaux et de messagerie (-3,7 %), les services d'architecture et autres services scientifiques (-3,7 %) et les services de santé et services sociaux (-1,3 %).
- Alors que l'excédent commercial du Canada au poste des biens s'est accru de 67 % depuis le troisième trimestre de 1998, le déficit commercial pour les services a pour sa part augmenté de 9 %. La réduction du déficit pour les services commerciaux a été plus qu'annulée par l'augmentation de 153 millions de dollars du déficit du Canada au poste des voyages. Cette dernière hausse pourrait être attribuable à l'appréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain depuis le troisième trimestre de l'an dernier, alors que le dollar canadien avait atteint son plus bas niveau de tous les temps.
- Parmi les 345 000 emplois qui ont été créés dans l'ensemble de l'économie depuis le troisième trimestre de 1998, 70 % l'ont été dans le secteur des services. Qui plus est, 93 % de ces 242 000 nouveaux emplois dans le secteur des services sont des emplois à temps plein, ce qui explique que la proportion des effectifs travaillant à temps plein dans le secteur des services soit passée à 79,4 %. Il s'agit du plus haut niveau en trois ans, lequel demeure cependant nettement inférieur au taux de 94,4 % affiché par le secteur des biens.
- À l'intérieur du secteur des services, la création d'emplois au cours de la dernière année a été particulièrement forte dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs (+27 %), les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises (+27 %), les jeux de hasard et loteries (+26 %) et les services de transport (+17 %). À l'opposé, les pertes d'emploi ont été les plus fortes dans les services de télécommunications (-20 %), les services de publicité et services connexes (-10 %) et les services juridiques (-10 %).
- En termes absolus, ce sont les services de transport (+90 000 emplois), le commerce de gros (+67 000) et les services de restauration et autres services d'alimentation (+35 000) qui ont affiché les gains les plus marqués dans le secteur des services. Ces gains ont été partiellement neutralisés par de fortes pertes d'emploi dans l'administration publique (-55 000) et les services de télécommunications (-39 000).

Services sector overview

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

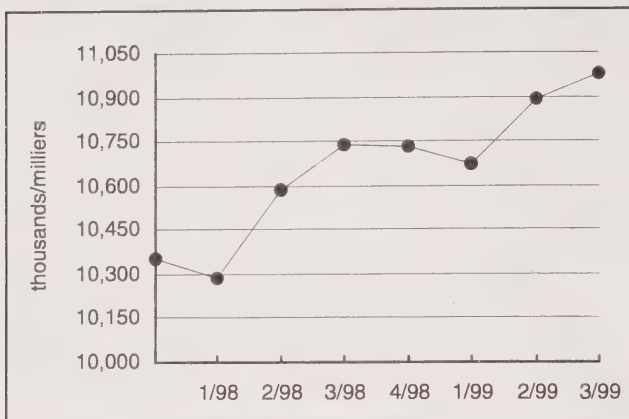


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

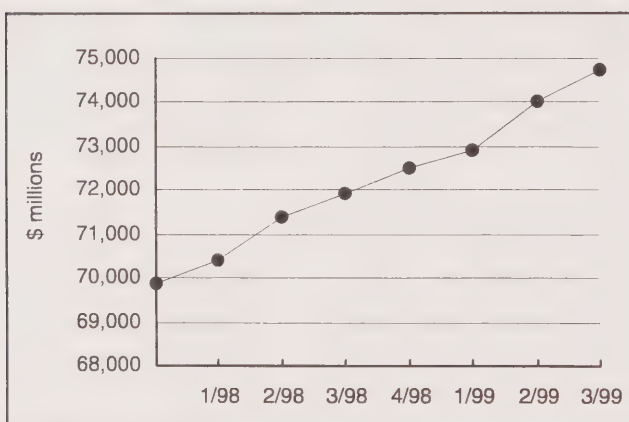
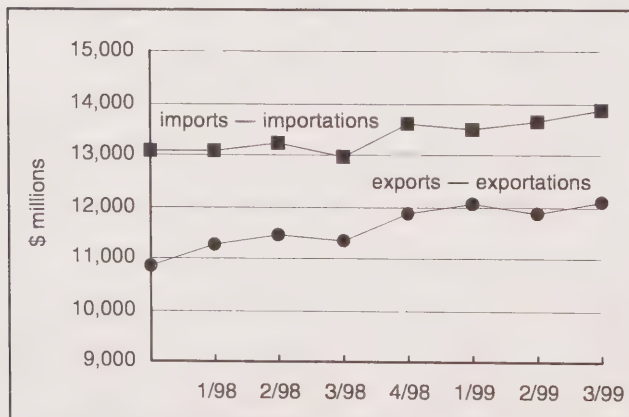


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services



Aperçu général dans le secteur des services

Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

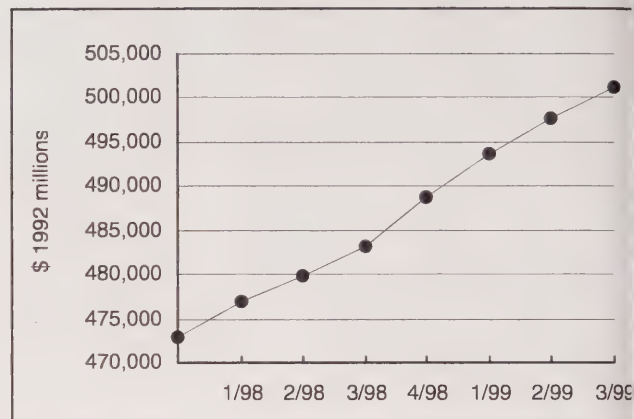


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

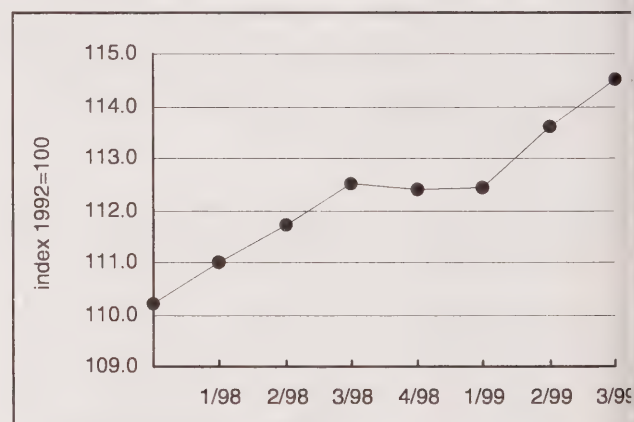


Chart 6. Services trade balance

Graphique 6. Solde du commerce international dans le secteur des services

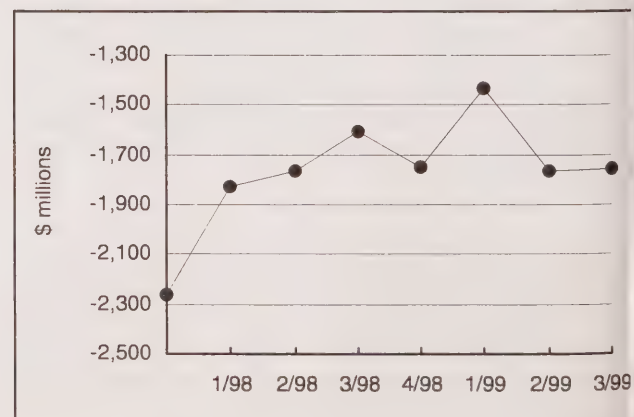


Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
Employment		thousands — milliers							Emploi
Overall economy	14,032	13,799	14,352	14,671	14,483	14,264	14,713	15,015	Économie globale
Services	10,349	10,288	10,585	10,737	10,729	10,672	10,891	10,979	Services
Full-time	7,891	7,814	8,173	8,486	8,168	8,132	8,483	8,712	Plein temps
Part-time	2,458	2,475	2,412	2,251	2,561	2,540	2,408	2,267	Temps partiel
Self-employment*	1,719	1,719	1,751	1,794	1,815	1,839	1,861	1,830	Travail autonome*
GDP (s.a. and annualized)		millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992							PIB (dés. et annualisé)
All industries	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Toutes les industries
Services	472,966	476,815	479,839	483,214	488,696	493,694	497,739	501,280	Services
Consumer spending (s.a.)		millions of current dollars — millions de dollars courants							Dépenses de consommation (dés.)
Overall economy	130,032	130,235	132,654	133,490	133,960	135,365	137,297	139,626	Économie globale
Services	69,891	70,400	71,389	71,902	72,507	72,895	74,026	74,723	Services
Prices		CPI 1992=100 — IPC 1992=100							Prix
All items	107.7	108.3	108.6	108.7	108.9	109.2	110.3	111.1	Ensemble
Services	110.2	111.0	111.7	112.5	112.4	112.4	113.6	114.5	Services
International Trade (s.a.)		millions of current dollars — millions de dollars courants							Commerce international (dés.)
Merchandise									Marchandises
Exports	77,774	77,610	78,287	81,301	85,064	86,194	87,206	91,988	Exportations
Imports	73,344	73,251	74,429	75,623	80,097	78,817	79,899	82,528	Importations
Balance	4,430	4,359	3,858	5,678	4,967	7,377	7,307	9,460	Solde
Services									Services
Exports	10,833	11,246	11,449	11,354	11,852	12,051	11,873	12,108	Exportations
Imports	13,094	13,075	13,217	12,965	13,600	13,489	13,642	13,864	Importations
Balance	-2,261	-1,829	-1,768	-1,611	-1,748	-1,438	-1,769	-1,756	Solde

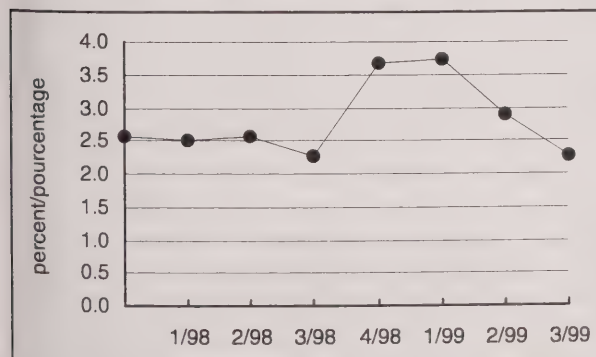
Analytical table — Tableau analytique

Services	from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier								Services
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Employment	2.6	2.5	2.6	2.3	3.7	3.7	2.9	2.3	Emploi
Full-time	1.7	2.8	3.5	2.6	3.5	4.1	3.8	2.7	Plein temps
Part-time	6.0	1.5	-0.1	0.8	4.2	2.7	-0.1	0.7	Temps partiel
Self-employment*	15.3	7.5	2.2	1.2	5.6	7.0	6.3	2.0	Travail autonome*

Services	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Services
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
GDP (real)	0.8	0.8	0.6	0.7	1.1	1.0	0.8	0.7	PIB (réel)
Consumer spending	1.2	0.7	1.4	0.7	0.8	0.5	1.6	0.9	Dépenses de consommation
Prices	-0.3	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.0	1.0	0.8	Prix
Exports	1.2	3.8	1.8	-0.8	4.4	1.7	-1.5	2.0	Exportations
Imports	0.0	-0.1	1.1	-1.9	4.9	-0.8	1.1	1.6	Importations

* The self-employed are also included in the part-time and full-time categories.

* Le travail autonome est aussi inclus dans les catégories plein temps et temps partiel.

Chart 7. Services employment growth rate¹Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹¹ Measured as growth versus the same quarter last year.

Établi comme une croissance par rapport au même trimestre l'année précédente.

Chart 8. Services real GDP growth rate

Graphique 8. Taux de croissance réel du PIB





Analytical Studies Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Feature Article

Étude spéciale

Innovation in the engineering services industry

Daood Hamdani¹

Science, Innovation and Electronic Information Division

Tel: (613) 951-3490

Fax: (613) 951-9920

E-mail: daood.hamdani@statcan.ca

L'innovation dans les services d'ingénierie

Daood Hamdani¹

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

Téléphone : (613) 951-3490

Télécopieur : (613) 951-9920

Courriel : daood.hamdani@statcan.ca

Introduction

Products² and production methods, like human beings, have limited life spans. As products move along the life cycle to maturity, competition among producers intensifies, sales growth slows and profit margins drop. Product modifications can protect a firm's market share in the short run, but the introduction of new products and better substitutes for existing products is crucial for long-term growth and profitability. Rapid technological change in the 1990s and the emerging global marketplace underscore the need for a stream of new and improved products to stay competitive.

As part of its programme to develop a statistical information system for science and technology, Statistics Canada conducted the first-ever survey of the state of innovation in the service sector in 1997. The Survey of Innovation gathered information on various aspects of innovation, including the incidence of innovation, the capacity to innovate, obstacles to innovation faced by firms, the flow of information in the economy, intellectual property and competitive strategies.³

This article presents, for the first time, findings about the engineering services industry. The industry is comprised of firms primarily engaged in providing engineering services (1980 Standard Industrial Classification code 7752). It offers services ranging from feasibility studies to design, project management and commissioning (or the start-up of the operation) of projects.⁴ The engineering services

Introduction

Tout comme les êtres humains, les produits² et les méthodes de production ont une durée de vie limitée. À mesure que le produit passe par les différents stades de son cycle de vie pour atteindre la maturité, la concurrence entre producteurs s'intensifie, la croissance des ventes ralentit et la marge bénéficiaire rétrécit. À court terme, les modifications apportées au produit peuvent protéger la part de marché que détient une entreprise; à long terme, toutefois, l'introduction de nouveaux produits et de meilleurs substituts aux produits existants est essentielle à la croissance et à la rentabilité de l'entreprise. Et l'évolution technologique rapide des années 90 et l'émergence de l'économie mondiale ont fait ressortir encore davantage la nécessité d'offrir une gamme de produits nouveaux et améliorés pour demeurer concurrentiels.

Dans le cadre de son programme visant à mettre en place un système d'information statistique sur les sciences et la technologie, Statistique Canada a réalisé en 1997 la première enquête sur l'innovation dans le secteur des services. Cette enquête a permis de recueillir des données sur divers aspects de l'innovation, y compris sur l'incidence de l'innovation, la capacité d'innover, les obstacles à l'innovation auxquels sont confrontées les entreprises, la diffusion de l'information dans l'économie, la propriété intellectuelle et les stratégies concurrentielles³.

Le présent article présente, pour la première fois, les résultats sur le secteur des bureaux d'ingénieurs lequel est formé d'entreprises offrant essentiellement des services d'ingénierie (Classification type des industries de 1980, code 7752). Ces services varient d'études de faisabilité à la conception, la gestion et la mise en branle de projets⁴. Les services d'ingénierie occupent une place importante dans l'économie. Ce secteur basé sur le savoir, qui fournit des facteurs

¹ Earlier drafts of this article benefited from comments by Don Little and Roland Boudreau.

² The term product is used to mean both a good or a service.

³ The first results reported on in Baldwin, et al. (1998) and Hamdani (1999) covered broad industry groups. Data at the 4-digit industry level are being published for the first time and are taken from an updated file incorporating additional information.

⁴ For a more detailed list of services, see Association (1999).

¹ Des versions antérieures du présent article ont été commentées par Don Little et Roland Boudreau.

² Le terme «produit» englobe ici les biens et les services.

³ Les premiers résultats publiés dans Baldwin et coll. (1998) et Hamdani (1999) portaient sur les grands groupes industriels. Les données selon le niveau de classification à quatre chiffres des industries sont publiées ici pour la première fois et proviennent d'un fichier mis à jour qui inclut des renseignements additionnels.

⁴ Pour une liste plus détaillée des services, voir Association (1999).

industry occupies an important position in the economy. It is knowledge-based and, as a provider of inputs in the production of capital goods, plays a key role in the diffusion of up-to-date technologies. Canadian engineering services are in demand worldwide. In 1996, Canadian firms exported \$1.1 billion worth of services (not including the value of work performed by their subsidiaries located abroad), and Canada ranks high in the world for export of engineering services.

Estimates are presented on the prevalence of innovation in the Canadian engineering services industry, sources of ideas for innovations, and the obstacles to innovation experienced by the industry's innovators. Information is also provided about products and processes pending commercialization, and about innovation activities that were suspended or terminated.

Incidence of innovation

Innovation, defined as the first commercial use of an idea, may take the form of a product or a production process.⁵ It may also be an organizational change. Innovation is a relative concept. Products and technologies that were new a few years ago are commonplace, or even obsolete, today. Similarly, what may be new in one country or province may be old in another. This section analyzes innovations made during the reference period from 1994 to 1996. Any new offering made by a firm during this three-year period is assumed to be an innovation. All new offerings are included, whether new only to the firm that introduced them (known as imitative innovation), or new to the world (original innovation).

With the resource-based development of the Canadian economy, Canada's engineering services industry has a long history of designing and implementing projects related to natural resources. It has built a reputation for its project expertise in such fields as oil and gas, forestry and power generation. Its reputation for designing and managing projects in difficult terrain and harsh climate is equally well established. Large firms engaged in engineering projects related to the natural resources are very innovative as are firms specializing in transport engineering. Results show that three-quarters of the industry's large firms (with 100 or more employees) introduced at least one innovation in the 1994-96 period (Chart 1).⁶

⁵ See OECD/Eurostat (1997).

⁶ Firms are categorized into size groups for this study according to the number of people they employ.

entrant dans la production de biens d'équipement, joue en outre un rôle prépondérant dans la diffusion des technologies de pointe. Les services d'ingénierie canadiens sont en demande partout dans le monde. En 1996, les entreprises canadiennes ont exporté des services d'une valeur totalisant 1,1 milliard de dollars (ceci n'inclut pas la valeur du travail fait par leurs filiales à l'étranger) et le Canada figure parmi les premiers au monde pour ses exportations de services d'ingénierie.

Nous présentons dans cet article des estimations sur la prévalence de l'innovation dans le secteur canadien des services de génie; nous traitons également des sources d'idées menant à l'innovation et des obstacles à l'innovation auxquels sont confrontés les innovateurs de ce secteur. Nous présentons aussi des données sur les produits et procédés qui ne sont pas encore commercialisés, ainsi que sur des activités d'innovation qui ont été suspendues ou abandonnées.

Incidence de l'innovation

L'innovation, que l'on définit comme le premier usage commercial d'une idée, peut prendre la forme d'un produit ou d'un procédé de production⁵, ou encore d'un changement organisationnel. L'innovation est toutefois un concept relatif — les produits et les technologies qui étaient nouveaux il y a quelques années sont aujourd'hui devenus usuels, voire obsolètes. De même, ce qui peut être nouveau dans un pays ou une province ne l'est pas nécessairement dans un autre. Dans cette section, nous analysons les innovations qui ont été introduites durant notre période de référence, soit de 1994 à 1996. Toute nouveauté introduite par une firme durant cette période de trois ans est considérée comme une innovation; nous avons inclus toutes les nouveautés, qu'il s'agisse d'une nouveauté seulement pour l'entreprise qui l'a introduite (connue sous le nom d'innovation d'imitation) ou d'une primeur dans le monde entier (innovation originale).

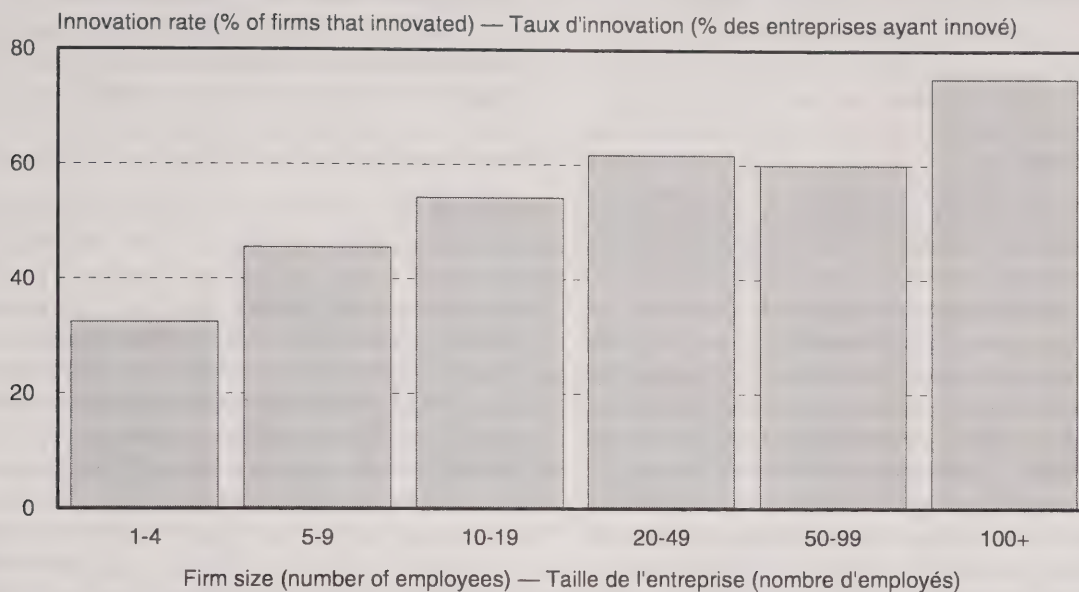
L'essor de l'économie canadienne est fortement tributaire des ressources naturelles et les services de génie canadiens participent depuis longtemps à la conception et la mise en œuvre de projets liés aux ressources naturelles. Ce secteur s'est ainsi acquis une réputation pour son expertise dans des domaines tels que le pétrole et le gaz, la foresterie et la production d'électricité. De même, sa réputation dans la conception et la gestion de projets destinés à des régions à relief accidenté ou de climat rigoureux n'est plus à faire. Les grandes entreprises qui participent aux projets d'ingénierie liés aux ressources naturelles sont très novatrices, tout comme le sont les entreprises spécialisées dans les services d'ingénierie liés au transport. Les résultats obtenus indiquent en effet que les trois quarts des grandes entreprises de ce secteur (celles qui comptent 100 employés et plus) ont introduit au moins une innovation entre 1994 et 1996 (graphique 1).⁶

⁵ Voir CDE/Eurostat (1997).

⁶ Pour cette étude, les entreprises sont réparties par tranches de taille, en fonction du nombre d'employés.

Chart 1. Larger firms are more likely to innovate

Graphique 1. Les grandes firmes sont plus susceptibles d'innover



Source: Statistics Canada, *Survey of Innovation* — Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation*

The very small firms (with fewer than 5 employees), on the other hand, have low innovation rates. Only one-third reported introducing a new product, a different process or an organizational change. The dichotomy between large and small firms lies partly in the nature of small firms. They are typically relatively less able and willing to bear the risks inherent in the R&D efforts which usually precede the development of new products and processes.

Because of their dominance in terms of numbers,⁷ small engineering services firms have a sizeable effect on the industry's average innovation rate, which was 41% in the 1994-96 period. In order to put the overall innovation rate in perspective, two points should be noted. The product life cycles in the engineering services industry are not as short as in other industries. The three-year time frame to measure innovation in this industry may be too short just as it may be too long for the software development and electronic products industries. A longer time horizon to define innovation might yield different results. Second, the calculation of innovation rate based on the number of firms treats all firms as equal, regardless of their size. Innovation rates for the industry would be considerably higher if larger firms were given commensurately greater weight in the industry-level calculations. This is because the industry consists of a few very large firms and many small firms. For example, the largest two per cent of firms account for 53% of the industry's revenues and 75% of its exports. These largest firms are also, by far, the most innovative.

En revanche, les très petites entreprises (moins de cinq employés) affichent un faible taux d'innovation. De fait, le tiers seulement ont déclaré avoir introduit un nouveau produit, un procédé différent ou un changement organisationnel. Cette dichotomie entre petites et grandes entreprises tient en partie à la nature même des petites entreprises, lesquelles sont généralement relativement moins en mesure et moins disposées à assumer les risques inhérents aux activités de R et D qui précèdent habituellement le développement de nouveaux produits et procédés.

À cause de leur domination quant à leur nombre⁷, les petites entreprises offrant des services de génie ont une incidence appréciable sur le taux d'innovation moyen du secteur, lequel a été de 41 % durant la période 1994-1996. Il convient toutefois d'apporter deux précisions au sujet de ce taux d'innovation global. Premièrement, le cycle de vie des produits dans le secteur des services de génie n'est pas aussi court que dans d'autres secteurs. En conséquence, la période de trois ans qui a été utilisée pour mesurer l'innovation dans ce secteur est peut-être trop courte, alors qu'elle serait peut-être trop longue pour mesurer l'innovation dans le secteur de la conception de logiciels et de produits électroniques; il est donc possible qu'un horizon temporel plus long produirait des résultats différents. Deuxièmement, le fait de calculer le taux d'innovation en fonction du nombre d'entreprises a pour effet de considérer toutes les entreprises comme étant égales, quelle que soit leur taille. Or le taux d'innovation pour l'ensemble du secteur serait beaucoup plus élevé si l'on attribuait aux grandes entreprises un poids plus élevé, qui serait proportionnel à leur taille. Ce secteur ne compte en effet que peu de très grandes firmes contre un grand nombre de petites; or 53 % des recettes du secteur et 75 % de ses exportations sont générées par ces très grandes entreprises qui ne représentent

⁷ Small firms comprise 61% of all firms in the industry.

⁷ Les petites entreprises représentent 61 % de toutes les entreprises du secteur.

Therefore, the economic impact of innovating firms is much more than the 41% average innovation rate, equally weighted by the number of companies, would suggest.

Types of innovation

The type of innovation that a firm introduces reflects its competitive environment, its willingness to take risk, and its strategy to compete. Firms focusing on improvements in processes generally compete in markets which are not expanding and therefore try to increase operational efficiencies in order to maintain or increase their market shares. Firms investing in product development, on the other hand, tend to be growth-oriented businesses that seek or create new markets. The distinction between types of innovation is particularly relevant to services industries which provide intermediate inputs and thus have an effect on client industries. For example, although the direct impact of a service provider's process innovation is primarily on the service firm itself, the introduction of a new product such as a better factory design improves the efficiency of the client that commissioned the design. Of the engineering services firms responding to the survey, 23% reported that they had introduced a process innovation in the 1994-96 period (Table 1).

Product innovations are more common. Some 31% of the engineering services firms replaced an existing product, added a new product to their existing line, or diversified

pourtant que 2 % du secteur. De plus, ces grandes entreprises sont de loin, les plus novatrices. Par conséquent, l'impact économique des entreprises qui innovent est bien supérieur à ce que nous laisse croire le taux d'innovation moyen (41 %), lequel est basé sur le nombre d'entreprises où chacune obtient un poids égal.

Types d'innovation

Le type d'innovation qu'une firme introduit reflète son environnement concurrentiel, sa propension à prendre des risques et sa stratégie concurrentielle. Les entreprises qui concentrent leurs efforts sur l'amélioration de leurs procédés se situent généralement sur des marchés qui ne sont pas en expansion; ces entreprises cherchent par ces améliorations, à accroître leur efficacité opérationnelle d'une manière à préserver ou à accroître leur part de marché. À l'opposé, les entreprises qui investissent dans le développement de nouveaux produits ont tendance à viser la croissance et à chercher à exploiter ou à créer de nouveaux marchés. Cette distinction entre le type d'innovation vaut tout particulièrement pour les secteurs de services qui offrent des facteurs intermédiaires et qui exercent ainsi un effet sur leurs clients. Par exemple, bien que l'innovation d'un procédé par un dispensateur de service ait une incidence directe sur l'entreprise de services proprement dite, l'introduction d'un nouveau produit, comme une meilleure conception de l'usine, améliore également l'efficacité du client qui a commandé la conception. Parmi les firmes offrant des services de génie qui ont répondu à l'enquête, 23 % ont déclaré avoir introduit une innovation touchant les procédés entre 1994 et 1996 (tableau 1).

Les innovations relatives aux produits sont plus répandues. Ainsi, quelque 31 % des firmes d'ingénierie ont remplacé un produit existant ou en ont ajouté un nouveau à leur gamme existante ou ont diversifié

Table 1. Engineering services firms' innovation rates, by type

Tableau 1. Taux d'innovation des entreprises offrant des services d'ingénierie, selon le type

Type of Innovation	Innovation rate (% of firms) Taux d'innovation (% des entreprises)	Type d'innovation
Firms introducing:		Firmes introduisant :
Any innovation (product, process or organizational change)	40.7	Toute innovation (produit, procédé ou changement organisationnel)
Product innovation*	30.5	Innovation en matière de produits*
Process innovation*	23.2	Innovation en matière de procédés*
Organizational change*	15.6	Changement organisationnel*
All three types of innovation	7.7	Trois types d'innovation
Product and process innovation	15.6	Innovation en matière de produits et procédés
Product innovation and organizational change	12.0	Innovation en matière de produits et changement organisationnel
Product innovation only (no other type of innovation)	10.7	Innovation en matière de produits seulement (aucun autre type d'innovation)
Process innovation only (no other type of innovation)	6.6	Innovation en matière de procédés seulement (aucun autre type d'innovation)
Organizational change only (no other type of innovation)	2.5	Changement organisationnel seulement (aucun autre type d'innovation)

Source: Statistics Canada (Science, Innovation and Electronic Information Division), *Survey of Innovation* — Statistique Canada (Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique), *Enquête sur l'innovation*

Innovation rate is defined as the number of firms reporting an innovation expressed as a percentage of the total number of firms. The total number of engineering services establishments in this study was 6,435. — Le taux d'innovation se définit comme le nombre d'entreprises déclarant une innovation, en pourcentage du nombre total d'entreprises. Le nombre total d'établissements offrant des services d'ingénierie dans cette étude était de 6 435.

* Indicates that firms also introduced other types of innovations. — Indique que l'entreprise a aussi introduit d'autres types d'innovation.

into new product lines. Most of these new product innovations were imitative, but a number of firms claimed innovations that were new to the world. Such original innovations reflect the advanced technological abilities of Canadian firms, establishing them as problem solvers, and yield high returns on investment until other firms start adopting them, thereby creating more competition.

While classifying firms according to the type of innovation sheds light on their innovation and competitive strategies, fewer firms undertake only one type of innovation. To some extent, product and process innovations go hand in hand, as a new product may necessitate a change in the production process. Alternatively, adoption of more flexible production processes enables firms to offer more products. Survey findings confirm this. Only 11% of firms reported they introduced a new product without altering their production process or making an organizational change. The number of firms changing production processes but not introducing a new or substantially improved product was 7%.⁸

Of the three types of innovation, organizational change is the least common, with only 16% of the firms implementing it (Table 1). Since firms do not reconceptualize their work often, the need for a major strategic reorientation occurs infrequently, and organizational changes usually coincide with the appearance of a new chief executive officer. It is also relatively more difficult to implement because it involves dealing with attitudes, values and human behaviour. The success of significant organizational changes designed to change the strategic orientation of firms often depends on the cultivation of new values and behaviours.

Organizational changes are usually accompanied by, or lead to, other types of innovation. New products are often introduced, and there may be changes to the methods of production or to the ways of delivering services. Fully 83% of the firms implementing an organizational change reported that they also adopted more efficient production processes or introduced new products to the market. In some instances, however, new products or processes did

leurs activités en offrant de nouvelles gammes de produits. La plupart de ces innovations touchant les produits étaient le fruit d'imitations, bien qu'un certain nombre d'entreprises aient revendiqué des nouveautés dans le monde entier. Ces dernières innovations témoignent des capacités technologiques avancées des firmes canadiennes et confirment ainsi leur réputation comme entreprises aptes à résoudre des problèmes; ces innovations génèrent en outre un rendement élevé sur les sommes investies, jusqu'au moment où d'autres entreprises commencent à les adopter, ce qui crée une plus grande concurrence.

Bien que la classification des entreprises selon le type d'innovation renseigne sur leurs stratégies d'innovation et stratégies concurrentielles, peu de firmes privilégient un seul type d'innovation. Dans une certaine mesure, les innovations en matière de produits et de procédés vont de pair, puisque l'introduction d'un nouveau produit peut nécessiter la modification du procédé de production. Ou encore, l'adoption de procédés de production plus souples permet à une entreprise d'offrir davantage de produits. Les conclusions de l'enquête confirment ces allégations. De fait, seulement 11 % des firmes ont déclaré avoir introduit un nouveau produit sans avoir modifié leur procédé de production ou leur processus organisationnel. De même, la proportion d'entreprises ayant modifié leurs procédés de production sans introduire des produits nouveaux ou substantiellement améliorés n'a été que de 7 %⁸.

Parmi les trois types d'innovation, les changements organisationnels sont les moins fréquents, seulement 16 % des firmes y ayant recours (tableau 1). Comme les firmes ne procèdent pas souvent à nouvelle conceptualisation de leur organisation, il est peu fréquent que l'entreprise doive procéder à une réorientation stratégique majeure, et les changements organisationnels coïncident habituellement avec l'arrivée d'un nouveau directeur général. Par ailleurs, les changements organisationnels sont relativement plus difficiles à mettre en œuvre, car ils ont une incidence sur les attitudes, les valeurs et les comportements humains. Le succès d'importants changements organisationnels visant à modifier l'orientation stratégique d'une entreprise dépend souvent de la mise en place de nouvelles valeurs et de nouveaux comportements.

En règle générale, les changements organisationnels s'accompagnent, ou sont le résultat, d'autres types d'innovation. De nouveaux produits sont souvent lancés sur le marché et ceux-ci peuvent s'accompagner de modifications aux méthodes de production ou au mode de prestation des services. Au moins 83 % des firmes ayant procédé à un changement organisationnel ont déclaré avoir aussi adopté des procédés de production plus efficaces ou lancé de nouveaux produits sur le marché. Dans certains cas, toutefois, les

⁸ The distinction between product and process innovations, while easily applied to the manufacturing industries, is not as clear-cut in the service sector, including the engineering services industry. Compared to firms in other industries, engineering services firms experienced difficulties classifying their innovations into these categories. Some 18.4% of the innovating firms noted that they had difficulty deciding, based on the definitions provided, whether to classify their innovation as a product or a process innovation.

⁸ La distinction entre l'innovation axée sur les produits et celle axée sur les procédés, bien que facilement perceptible dans le secteur manufacturier, n'est pas aussi nette dans le secteur des services, y compris dans le secteur des services de génie, et les firmes de ce secteur ont eu plus de difficulté que celles d'autres secteurs à répartir leurs innovations en fonction de ces catégories. Ainsi, quelque 18,4 % des firmes novatrices ont déclaré avoir eu de la difficulté à déterminer, sur la base des définitions fournies, s'il s'agissait d'une innovation touchant un produit ou un procédé.

not accompany or follow an organizational change. Some firms may first want to discontinue products that no longer meet their financial or strategic objectives before introducing new ones. Only 17% of firms reporting an organizational change had not yet introduced new products or more efficient methods of production or distribution.⁹

Launching a new product, employing a new production technology or making a significant organizational change — each is a challenge in itself. Concurrently introducing all three together is a formidable undertaking. Therefore, it is not surprising that only 8% of all engineering services firms introduced all three types of innovations in the reference period.

Innovation activity underway, suspended or terminated

The analysis has so far focused on innovators and non-innovators, that is, firms that commercialized a new product or process, or made a significant organizational change and firms that did not. It does not tell us anything about firms that made an effort to innovate though they may not have succeeded. This type of information is useful in the study of firms' innovation behaviour because it helps to separate firms that are willing to take the risks inherent in innovation from those that are not. Risk takers pursue innovation as a strategy. They look for opportunities to develop and commercialize new products, improve existing ones or employ more efficient processes in the production and delivery of products. They do not always succeed but the risk of failure does not deter them from trying. In contrast, risk averters shy away from investing in new products and processes for fear of failure.

There are two approaches to identifying these two groups. The first approach is to include questions in the survey instrument about practices generally associated with innovation strategy such as whether the respondents have a mission statement, written strategy or objectives. Observance of such practices is taken to be an indication of a firm's commitment to innovation. However, such an approach is less than optimal for industries with many small firms because small firms are less likely to observe such practices, but may nevertheless be taking risks in an effort to innovate.

The Survey of Innovation adopted a different approach. It gathered information on innovation effort, defined as ongoing (in-progress but not yet completed) activities and suspended or terminated activities. In addition to asking

changements organisationnels n'ont pas été accompagnés, ou suivis de l'introduction de nouveaux procédés ou produits, certaines firmes préférant peut-être cesser la production de produits qui ne répondent plus à leurs objectifs financiers ou stratégiques avant d'en introduire de nouveaux. Seulement 17 % des firmes ayant déclaré un changement organisationnel n'avaient pas encore introduit de nouveaux produits ou des méthodes de production ou de distribution plus efficaces⁹.

Qu'il s'agisse du lancement d'un nouveau produit, de l'emploi d'une nouvelle technique de production ou de l'introduction d'un changement organisationnel important, chacune de ces innovations est un défi en soi, et ce défi devient d'autant plus considérable lorsque les trois sont introduites concurremment. Aussi n'est-il pas surprenant que seulement 8 % de toutes les firmes d'ingénierie aient introduit les trois types d'innovation durant la période de référence.

Innovation en cours, interrompue ou abandonnée

Notre analyse a porté jusqu'à maintenant sur la différence entre innovateurs et non-innovateurs, c'est-à-dire entre les firmes qui ont commercialisé un nouveau produit ou procédé ou qui ont introduit un changement organisationnel important et celles qui ne l'ont pas fait. Or cette analyse ne nous renseigne pas sur les entreprises qui ont tenté d'innover, mais peut-être sans succès. Ce type d'information est utile pour étudier le comportement des entreprises en matière d'innovation, car il permet d'établir une distinction entre les firmes prêtes à prendre les risques inhérents à l'innovation et les autres qui ne le sont pas. Les entreprises qui prennent des risques font partie de l'innovation une de leurs stratégies. Elles cherchent les occasions de développer et de commercialiser de nouveaux produits, d'améliorer les produits existants ou d'utiliser des procédés de production et de livraison plus efficaces. Même si elles ne réussissent pas toujours, le risque d'échec ne les empêche pas d'essayer. À l'inverse, les entreprises qui ne prennent pas de risque évitent d'investir dans de nouveaux produits ou procédés, par crainte d'échouer.

Deux méthodes peuvent être utilisées pour faire la distinction entre les deux groupes. La première consiste à inclure des questions dans l'instrument d'enquête sur les pratiques généralement associées à la stratégie d'innovation, par exemple la formulation d'un énoncé de mission, d'une stratégie écrite ou d'objectifs. Le recours à de telles pratiques est considéré comme une indication de l'engagement de l'entreprise à innover. Une telle méthode est toutefois loin d'être optimale pour les secteurs qui comptent un grand nombre de petites entreprises, car celles-ci sont moins susceptibles d'adopter de telles pratiques, ce qui ne les empêche pas pour autant de prendre des risques dans un effort d'innover.

Pour l'Enquête sur l'innovation, une approche différente a été utilisée. Celle-ci a consisté à recueillir de l'information sur les efforts d'innovation, définis comme des activités continues (en cours et peut-être encore complétées) ou encore des activités interrompues ou

⁹ These firms comprise 2.5% of all firms in the industry.

⁹ Ces firmes représentent 2,5 % de l'ensemble des firmes du secteur.

whether respondents introduced a new product, process or a change in organization, firms were asked whether they undertook any innovation activity which did not result in the commercialization of a new product or process. Firms responding in the affirmative were further asked about the status of the activity — whether it was ongoing or whether it had been suspended or terminated. Note that the innovators were not excluded because they too could have either suspended some innovation activities or had ongoing projects.

An analysis of firms reporting an ongoing or suspended activity provides useful insights into the innovation behaviour of the industry. Our main interest is to find out whether the firms that did not introduce an innovation during 1994-96 still made an effort to innovate. The results indicate that, during the 1994-96 period, non-innovating firms were only one-fifth as likely as innovating firms to have had ongoing innovation activities, or innovation activities that were suspended or terminated. The non-innovating firms therefore appear to be far more risk averse than those firms which did introduce an innovation.

There are several possible explanations of why some firms are averse to the search for, and development of, new products and processes. First, the structure of the industry has much to do with it. Nearly three-quarters of the firms that neither innovated nor made an effort to innovate were small. Many of these firms depend on repeat business from their existing clients. Offers of new untested products are less likely to appeal to potential new clients unless the benefits are demonstrable. This is not an easy task. Innovations tend to be of more interest to small firms only if they can enable them to better compete on the basis of cost. Otherwise they would rather wait for someone else to make a breakthrough, before adopting it.

Corporate culture may also be a factor. The management style, organizational structure and operating philosophy of a firm greatly influence its tolerance for risk and its ability to innovate. Organizational problems were identified as a key obstacle to innovation in the 1960s, and management practices and planning attitudes were major deterrents in the 1980s.¹⁰

Innovative firms share certain characteristics, which transcend national and cultural boundaries, size, type of industry, etc.¹¹ Many have a certain leadership and management style. This is particularly true of research and professional service organizations which are in the

abandonnées. En plus d'avoir à indiquer si elles avaient introduit un nouveau produit, procédé ou un changement organisationnel, les firmes devaient dire si elles avaient entrepris des activités d'innovation qui n'avaient pas abouti à la commercialisation d'un nouveau produit ou procédé. Les firmes répondant dans l'affirmative devaient ensuite préciser la nature de cette activité — si celle-ci était toujours en cours ou si elle avait été interrompue ou abandonnée. À noter que les innovateurs n'ont pas été exclus, car ces firmes pouvaient elles aussi avoir mis un terme à certaines activités d'innovation ou avoir des projets en cours.

Une analyse des firmes déclarant des activités en cours ou interrompues fournit de précieux renseignements sur le comportement du secteur en matière d'innovation. Nous cherchons principalement à savoir si les entreprises qui n'ont pas introduit d'innovation entre 1994 et 1996 ont néanmoins fait l'effort d'innover. Les résultats obtenus indiquent que, durant la période 1994 à 1996, la probabilité pour les non-innovateurs d'avoir réalisé des activités d'innovation, ou d'avoir interrompu ou abandonné pareilles activités, n'a été que d'un cinquième de celle observée chez les firmes innovantes. La perspective de prendre des risques semble donc déplaire davantage aux non-innovateurs qu'aux firmes qui ont introduit une innovation.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer pourquoi certaines entreprises sont peu disposées à chercher ou à mettre au point de nouveaux produits ou procédés. Il y a d'abord la structure du secteur qui, dans le cas présent, a une grande incidence. Près des trois quarts des entreprises qui n'ont, ni innové, ni fait d'efforts en vue d'innover, étaient petites. Un grand nombre de ces entreprises dépendent de la fidélité de leurs clients actuels et l'offre de nouveaux produits non testés est moins susceptible de plaire à des nouveaux clients potentiels, à moins que ces produits ne procurent des avantages démontrables — ce qui n'est pas facile à démontrer. En conséquence, les innovations n'ont tendance à intéresser les petites entreprises que si elles peuvent leur permettre d'être plus concurrentielles au plan des prix. Sinon, ces entreprises préféreront attendre que d'autres introduisent l'innovation avant de l'adopter.

La culture d'entreprise peut être un autre facteur qui entre en jeu. Le style de gestion, la structure organisationnelle et la philosophie de fonctionnement d'une entreprise influent considérablement sur sa tolérance à l'égard des risques et sa capacité d'innover. Les problèmes organisationnels ont été définis comme un obstacle majeur à l'innovation durant les années 60, et les pratiques de gestion et les attitudes en matière de planification ont été des obstacles majeurs durant les années 80¹⁰.

Les entreprises qui innover ont en commun certaines caractéristiques qui dépassent les frontières nationales et culturelles, la taille, le type d'industrie, etc.¹¹. Bon nombre d'entre elles préconisent un certain style de leadership et de gestion, et ceci vaut tout particulièrement pour les organismes de recherche et de services

¹⁰ For more details please see Booz, Allen and Hamilton (1982).

¹¹ See Quinn (1985).

¹⁰ Pour plus de détails, voir Booz, Allen et Hamilton (1982).

¹¹ Voir Quinn (1985).

business of providing solutions. Such firms have a unique organizational structure, described by some as an “ad hocracy”, as opposed to “machine” organizations with standardized procedures to produce standardized outputs. The decision-making authority in “ad hocracies” typically rests with experts and professionals, regardless of their position. The traditional command-and-control type managers, who play a significant role in “machine” organizations, are frequently limited to liaison-type functions in innovative organizational structures.¹²

Innovation ideas come from clients

The journey of an idea from its inception to innovation is long and arduous. It must travel through as many as a dozen stages and at each stage pass the scrutiny of gatekeepers before it can be developed into a product or process. Even after it is commercialized there is no guarantee that it will meet the company's financial or strategic objectives. As a result, very few ideas make it to the market. Given the very high attrition rates, firms must keep a significant stock of ideas and replenish it regularly.

While research remains an important source of knowledge, firms have been gathering intelligence for years via their expanding networks and alliances to predict changes in buyers' preferences and to reduce uncertainty caused by the unpredictable actions of their competitors. Interlocking directorships, for example, facilitate the exchange of ideas between companies at the policy level. Secondments of executives and professionals result in an interchange of ideas at the operating level. Further, the marketplace provides an important mechanism for the transmission of knowledge and information throughout the economy. By rewarding good business decisions and punishing bad judgments, it continuously reallocates jobs between companies and between industries, bringing about a circulation of people who take their knowledge and experience with them to their new employers.¹³

There is much interest in knowing which sources, other than research, firms rely on to acquire knowledge. Of particular interest is how firms that do not undertake research nevertheless obtain information that leads to innovation. The Survey of Innovation covered several sources of such information ranging from small talk in social gatherings to R&D. Since firms may simultaneously use several sources, it was necessary to find out what

professionnels dont la mission est de fournir des solutions. Ces entreprises ont une structure organisationnelle unique que certains qualifient d'«adhocratie», c'est-à-dire une structure destinée à un usage précis; ces entreprises diffèrent des organismes «normalisés» qui, eux, utilisent des méthodes normalisées pour la fabrication de produits standardisés. Dans le premier type, dit adhocratie, le pouvoir décisionnel appartient généralement à des spécialistes et des professionnels, quel que soit leur poste. Pour leur part, les gestionnaires habituels de commande et contrôle, qui jouent un rôle important dans les organismes «normalisés», sont souvent limités à assumer des fonctions de liaison au sein des structures organisationnelles novatrices¹².

Idées émanant des clients

Le cheminement d'une idée, depuis sa formulation jusqu'à l'innovation, est un processus long et ardu. L'idée doit passer par une douzaine d'étapes et faire l'objet, à chacune de ces étapes, d'un examen minutieux avant d'aboutir à un produit ou un procédé. Même après sa commercialisation, l'entreprise n'a aucune garantie que l'innovation répondra à ses objectifs financiers ou stratégiques. C'est ce qui explique que très peu d'idées réussissent à arriver sur le marché; étant donné ce très haut taux d'attrition, les firmes doivent maintenir une importante réserve d'idées et la renouveler régulièrement.

Bien que la recherche demeure une source importante de connaissances, les entreprises obtiennent des informations depuis des années par le biais de leurs réseaux et alliances élargis qui les aident à prévoir les changements dans les préférences des acheteurs et à réduire l'incertitude associée aux actions imprévisibles de leurs concurrents. L'imbrication des postes d'administration est un des moyens qui facilite l'échange d'idées entre les entreprises au sujet des politiques. Le détachement de cadres supérieurs et de professionnels en est un autre, qui favorise l'échange d'idées au niveau opérationnel. Le marché constitue quant à lui un important mécanisme pour la transmission des connaissances et de l'information dans l'ensemble de l'économie. En récompensant les bonnes décisions opérationnelles et en sanctionnant les mauvaises, le marché assure une réaffectation continue des emplois entre les entreprises et entre les secteurs d'activités, donnant ainsi lieu à une circulation de personnes qui mettent à profit leurs connaissances et leur expérience dans leur nouvel emploi¹³.

Il est une question qui suscite un grand intérêt et c'est de savoir quelles sources, autres que la recherche, sont utilisées par les entreprises pour acquérir des connaissances, et plus particulièrement de savoir comment les firmes qui ne font pas de recherche réussissent néanmoins à obtenir l'information qui mène à l'innovation. L'Enquête sur l'innovation a examiné plusieurs de ces sources, depuis l'information obtenue de conversations à celles recueillies lors d'activités sociales ou par le biais de la R et D. Comme les entreprises

¹² See Mintzberg (1988).

¹³ See Hamdani (1998a).

¹² Voir Mintzberg (1988).

¹³ Voir Hamdani (1998a).

importance they attach to each source. To assess this, respondents were asked to not only identify the sources of their information, but also to rank them on a scale of 1 to 5, with a score of 1 indicating the least important, 4 indicating very significant and 5 signifying crucial. The data presented below (Table 2) pertains to the percentage of firms identifying a source as very significant or crucial.

Notwithstanding the fact that engineering services industry is R&D-intensive, clients emerge as the industry's most important source of ideas for innovation. Unlike firms in the construction industry which tend to get ideas from their suppliers,¹⁴ firms providing engineering services interact a good deal with their clients. The specifications of clients and the unique problems they bring provide engineering services firms with an opportunity to find unique solutions. Over 70% of the firms viewed their clients as a very significant or crucial source of ideas.

While market-orientated sources of ideas rank at the top, the importance of R&D as the original source of knowledge creation is also acknowledged. Path-breaking inventions and radical innovations are less likely to happen without breakthroughs from research even though a client's

peuvent utiliser plusieurs sources simultanément, il s'est avéré nécessaire de déterminer quelle importance était accordée à chacune. Pour évaluer ceci, les répondants devaient, non seulement identifier leurs sources d'information, mais également les classer selon une échelle de 1 à 5, la note 1 indiquant les sources les moins importantes, 4 les sources très importantes et 5, les sources primordiales. Les données présentées ci-après (tableau 2) font référence au pourcentage d'entreprises ayant défini une source comme très importante ou primordiale.

Nonobstant le fait que le secteur des services de génie est un secteur à forte intensité de R et D, les clients sont ressortis comme la plus importante source d'idées novatrices pour ce secteur. Contrairement aux firmes du secteur de la construction qui ont tendance à tirer leurs idées de leurs fournisseurs¹⁴, les firmes qui offrent des services de génie interagissent beaucoup avec leurs clients. Les spécifications des clients et les problèmes uniques qu'ils soumettent offrent aux firmes d'ingénieurs l'occasion de trouver des solutions uniques. Plus de 70 % des firmes considèrent leurs clients comme une source très importante ou primordiale d'idées.

Bien que les sources d'idées axées sur le marché arrivent en tête, les entreprises reconnaissent également l'importance de la R et D comme source de création de savoir. De fait, les inventions révolutionnaires et les innovations radicales sont moins susceptibles de se produire sans recherche, et ce même si c'est l'examen du

Table 2. Sources of ideas for innovation

Sources of ideas	% of innovators rating as very important or crucial
	% des innovateurs jugeant le facteur très important ou primordial
Ideas internal to firm	
Management	48.1
Marketing division	38.2
Production workers	32.8
In-house R&D	50.0
Other	8.2
Ideas external to firm	
Clients	70.3
Competitors	41.7
Suppliers	36.6
Technology acquisition	27.5
Consultants	21.8
Ideas from generally available sources	
Conferences, meetings, publications	40.1
Fairs and exhibitions	15.6
Government information programs	20.2
Social gatherings	11.8
Patent literature	12.1
Ideas from education and research institutes	
Higher educational institutions	29.9
Private research institutes	13.4
Government research institutions	19.4

Tableau 2. Sources d'idées d'innovation

Sources d'idées
Idées provenant de l'entreprise
Gestion
Service du marketing
Travailleurs affectés à la production
R-D interne
Autre
Idées provenant de l'extérieur
Clients
Concurrents
Fournisseurs
Acquisition de technologies
Experts-conseils
Idées provenant de sources généralement accessibles
Conférences, réunions, publications
Foires et expositions
Programmes d'information gouvernementaux
Activités sociales
Documentation sur les brevets
Idées provenant d'établissements d'enseignement et d'instituts de recherche
Établissements d'enseignement supérieur
Instituts de recherche privés
Instituts de recherche publics

Source: Statistics Canada, *Survey of Innovation* — Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation*

¹⁴ 72% of the construction firms cited suppliers as the most common source of information on advanced technologies. See Statistics Canada (1999).

¹⁴ Dans le secteur de la construction, 72 % des entreprises ont indiqué les fournisseurs comme principale source d'information sur les technologies de pointe. Voir Statistique Canada (1999).

problem may have triggered the research. In-house R&D ranked high as the source of innovation. Respondents also noted the importance of the institutions of higher learning and research, both private and public, and professional conferences and literature.

However, ideas can spring from anywhere — from clients, competitors, research, and even small talk. Social gatherings among professionals ranked similarly to searches of patent literature as an inspiration for innovation. Over 10% of the respondents gave each a ranking of crucial or very significant.

Barriers to innovation

Barriers to innovation can arise from uncertainties regarding the financial feasibility of a project, the risk of it getting rejected in the marketplace, and the functional characteristics of the firm undertaking an innovation project. The Survey identified more than a dozen possible barriers, including the possibility of not being able to fully appropriate the benefits of the innovation because it may be copied by competitors. Cost and access to sources of capital was another category. The availability of inputs and institutional factors were also listed. As with the sources of ideas, respondents were asked to indicate the importance of any barrier they encountered while developing new products and processes.

The obstacles an innovator faces and the degrees of difficulty presented by such barriers depend on the novelty of innovation and the innovators' experience with developing new products and processes. Barriers faced by a small firm are likely to be different from those encountered by a large firm. Moreover, the longer the time period needed to bring an idea to the market, the more difficult it is to predict its outcome, forecast its cost and assess its success in the market.

High costs, difficulties in forecasting expenditures, and feasibility risks were among the most important barriers to innovation (Table 3). Research is essentially an experimental activity and may or may not lead to an innovation. Further, a firm must balance the current costs of innovation against what it anticipates is the present value of the future flow of income streams from the project. The longer it takes to commercialize an idea, the more difficult it becomes to manage overruns and risks and to accurately forecast an outcome. Some respondents noted that ten years passed from when they first made significant human and capital investments to when a product or process became commercialized. Difficulties in obtaining equity capital and venture capital were also cited as important impediments.

problème d'un client qui est à l'origine de ces recherches. La R et D interne figure donc elle aussi parmi les premières sources d'innovation. Les répondants ont aussi souligné l'importance des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, privés et publics, ainsi que des conférences professionnelles et de la documentation.

Les idées peuvent toutefois surgir de partout — des clients, des concurrents, de la recherche et même des conversations courantes. Les activités sociales entre professionnels ont ainsi été classées au même rang que la consultation de la documentation sur les brevets, comme source d'inspiration pour innover. Plus de 10 % des répondants ont accordé à chacune de ces sources une importance très grande, voire primordiale.

Obstacles à l'innovation

Les obstacles à l'innovation peuvent provenir des incertitudes quant à la faisabilité financière d'un projet, du risque que celui-ci soit rejeté sur le marché ou même des particularités fonctionnelles de la firme qui réalise le projet d'innovation. L'Enquête a mis en lumière plus d'une douzaine d'obstacles potentiels parmi lesquels figure la crainte de ne pouvoir tirer pleinement profit de l'innovation, si celle-ci est copiée par les concurrents. Le coût et l'accès aux sources de capitaux constituent une autre catégorie d'obstacles, de même que la disponibilité des facteurs de production et les facteurs liés au type d'entreprise. Comme dans le cas des sources d'idées, les répondants devaient indiquer l'importance de tout obstacle ayant surgi durant la mise au point de nouveaux produits ou procédés.

Les obstacles auxquels un innovateur fait face et le degré de difficulté associé à ces obstacles dépendent du caractère nouveau de l'innovation et de l'expérience de l'innovateur dans la mise au point de nouveaux produits et procédés. De plus, les obstacles qui se présentent pour une petite entreprise diffèrent probablement de ceux qui se posent pour une grande entreprise. En outre, plus il faut de temps pour amener une idée sur le marché, plus il est difficile d'en prévoir le résultat et le coût et aussi d'évaluer le succès qu'elle aura sur le marché.

Les coûts élevés, la difficulté à prévoir les dépenses futures et les risques liés à la faisabilité sont parmi les principaux obstacles à l'innovation (tableau 3). La recherche est essentiellement une activité expérimentale qui peut, ou non, mener à l'innovation. L'entreprise doit également sopeser les coûts actuels de l'innovation en regard de ce qu'elle prévoit être l'apport futur de revenu que générera le projet. Or plus il faut de temps pour commercialiser une idée, plus il devient difficile de gérer les dépassements et les risques et de prévoir avec exactitude les résultats de l'innovation. Certains répondants ont indiqué qu'il s'était écoulé dix ans, entre le moment où ils avaient fait les premiers investissements majeurs en termes de ressources humaines et financières et celui où le produit ou le procédé avait été commercialisé. La difficulté à obtenir des capitaux propres et du capital de risque a été citée comme un autre obstacle majeur.

Table 3. Barriers to innovation, 1994-96

Tableau 3. Obstacles à l'innovation, 1994-1996

Barriers	% of innovators rating as very significant or crucial % des innovateurs jugeant l'obstacle très important ou primordial	Obstacles
Market-related		Obstacles liés au marché
High risk related to feasibility	34.6	Risque élevé lié à la faisabilité
Risk of product being rejected in the marketplace	34.3	Risque que le produit soit rejeté sur le marché
Innovation easily imitated	30.1	Innovation facilement copiée
Cost-related		Obstacles liés aux coûts
Cost difficult to predict	38.7	Difficulté de prévoir les coûts
High cost	43.7	Coûts élevés
Long amortization period	32.8	Longue période d'amortissement
Input-related		Obstacles liés aux facteurs de production
Lack of equity capital	37.2	Manque de fonds propres
Lack of outside capital	35.5	Manque de capitaux extérieurs
Lack of qualified personnel	26.7	Manque de personnel qualifié
Lack of technical equipment	13.7	Manque d'équipement technique
Institutional		Obstacles liés au type d'entreprise
Internal resistance to innovation	5.8	Résistance interne à l'innovation
Long administrative approval	7.1	Long processus administratif d'approbation
Legislative or legal restrictions	9.8	Restrictions inhérentes aux lois ou règlements

Source: Statistics Canada, *Survey of Innovation* — Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation*

However, the availability of qualified and skilled personnel was not viewed as a major obstacle, ranking ninth in a list of thirteen barriers. Only 27% of the firms identified it as a very significant or crucial barrier, compared to 44% for high cost and 39% for difficulties in predicting costs. This could partly be due to the availability and use of consultancy services in the industry.¹⁵ Firms that cannot afford to retain experts full-time can hire consultants whenever the need arises. Consultants are often familiar with the latest technological developments, and are therefore a means for small firms to acquire the state-of-the-art technologies and skills.

The use of consultancy services, however, raises the question of the protection of intellectual property. Although it is a serious issue, it may be of less concern in service industries where products are more easily imitated and firms may rely on trademarks and brand names and the complexity of innovation to stay competitive.

Conclusions

Large engineering services firms are very innovative, with three out of four firms introducing innovations from 1994 to 1996. By comparison, the innovation rate among smaller firms is only 33%. Despite the R&D intensity of the industry, engineering services firms view clients as the most

En revanche, la disponibilité de personnel qualifié n'a pas été perçue comme une entrave majeure, ce facteur venant au neuvième rang sur une liste de treize obstacles. Seulement 27 % des firmes ont jugé cet obstacle très important ou primordial, comparativement à une proportion de 44 % pour ce qui est des coûts élevés et de 39 % pour la difficulté à prévoir les coûts. Ces résultats au sujet de la disponibilité du personnel pourraient s'expliquer en partie par la disponibilité et l'utilisation des services de conseils dans le secteur¹⁵. Ainsi, les firmes qui n'ont pas les moyens de retenir les services de spécialistes à temps plein peuvent embaucher des experts-conseils sur une base ponctuelle, lorsque le besoin se présente. Qui plus est, ces experts-conseils sont souvent bien au fait des plus récents progrès technologiques et constituent donc un moyen pour les petites entreprises d'acquérir des technologies et des compétences de pointe.

Le recours à des services d'experts-conseils soulève toutefois la question de la protection de la propriété intellectuelle. Bien qu'importante, cette question suscite peut-être moins d'inquiétude dans les entreprises de services, où les produits sont plus facilement copiés et où les entreprises peuvent se fier sur les marques de commerce et les noms commerciaux et sur la complexité de l'innovation pour demeurer concurrentielles.

Conclusions

Les grandes firmes offrant des services de génie sont très innovatrices, les trois quarts d'entre elles ayant introduit une innovation entre 1994 et 1996. En revanche, le taux d'innovation parmi les petites entreprises n'a été que de 33 %. En outre, malgré l'intensité de la R et D dans ce secteur, les firmes d'ingénieurs considèrent leurs clients

¹⁵ See Hamdani (1998b).

¹⁵ Voir Hamdani (1998b).

important source of ideas for their innovation. In-house R&D ranked high as a source of innovation. Respondents also noted the importance of institutions of higher learning and research, both private and public, and professional conferences and literature.

Firms cited high costs, difficulties in predicting expenditures, feasibility risks and difficulties in obtaining capital as the most important barriers to innovation. Meanwhile the availability of qualified and skilled personnel was not viewed as a major obstacle.

References

Association of Consulting Engineers of Canada (1999), *The Business of Canadian Engineering*, Ottawa.

Baldwin, John, Guy Gellatly, Joanne Johnson and Valerie Peters (1998), *Innovation in Dynamic Service Industries*, Statistics Canada, Catalogue No. 88-516-XPB

Booz, Allen & Hamilton Inc. (1982), *New Products Management for the 1980's*, New York, N.Y., Booz, Allen & Hamilton Inc.

Hamdani, Daood (1997), "Differences between Exporting and Non-exporting Engineering Services Firms in Canada," *Proceedings of the 5th annual Statistics Canada Conference*, Ottawa.

Hamdani, Daood (1998a), "Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector", *Services Indicators*, 1st Quarter, Statistics Canada, Catalogue. No. 63-016-XPB

Hamdani, Daood (1998b), *Innovation and Labour Skills in the Engineering Services Industry*, paper presented at the workshop on Conceptualizing and Measuring Innovation in Services at the Centre for Research in Innovation and Competitiveness, The University of Manchester, U.K. May.

Hamdani, Daood (1999), "The Use of the Internet and Electronic Commerce in the Canadian Banking and Insurance Industry", John de la Mothe and Gilles Pacquet (ed.), *Information, Innovation and Impacts*, Boston: Mass., Kluwer.

Mintzberg, Henry (1979), *The Structure of Organizations*, New York, Prentice Hall.

Mintzberg, Henry, Suzanne Otis, Jamal Shamsie and James A. Waters (1988), "Strategy of Design: A Study of 'Architects in Co-Partnership'" in J. Grant (ed.) *Strategic Management Frontiers*, JAI Press.

OECD, Eurostat (1997), *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Paris: OECD/Eurostat.

Quinn, James Brian (1985), "Managing Innovation: Controlled Chaos", *Harvard Business Review*, May-June.

Statistics Canada, *The Daily*, October 26, 1999.

comme leur principale source d'idées en matière d'innovation, bien qu'elles réservent aussi une grande place à la R et D interne. Les répondants ont également souligné l'importance des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, autant privés que publics, ainsi que des conférences professionnelles et de la documentation spécialisée.

Enfin, les firmes ont indiqué les coûts élevés, la difficulté à prévoir les dépenses, les risques liés à la faisabilité et la difficulté à obtenir des capitaux comme étant les principaux obstacles à l'innovation. En revanche, la disponibilité de personnel qualifié n'a pas été perçue comme un obstacle majeur.

Références

Association des ingénieurs-conseils du Canada (1999), *L'ingénierie canadienne en affaires*, Ottawa.

Baldwin, John, Guy Gellatly, Joanne Johnson et Valerie Peters (1998), *L'innovation dans les industries de services dynamiques*, Statistique Canada, n° 88-516-XPB au catalogue.

Booz, Allen & Hamilton Inc. (1982), *New Products Management for the 1980's*, New York, N.Y., Booz, Allen & Hamilton Inc.

Hamdani, Daood (1997), «Differences between Exporting and Non-exporting Engineering Services Firms in Canada,» *Procédures de la 5^e conférence annuelle de Statistique Canada*, Ottawa.

Hamdani, Daood (1998a), «Gains et pertes d'emploi : une étude du secteur des services», *Indicateurs des services*, 1^{er} trimestre, Statistique Canada, n° 63-016-XPB au catalogue.

Hamdani, Daood (1998b), *Innovation and Labour Skills in the Engineering Services Industry*, papier présenté au séminaire: Conceptualizing and Measuring Innovation in Services at the Centre for Research in Innovation and Competitiveness, The University of Manchester, Royaume Uni, mai.

Hamdani, Daood (1999), «The Use of the Internet and Electronic Commerce in the Canadian Banking and Insurance Industry», John de la Mothe et Gilles Pacquet (ed.), *Information, Innovation and Impacts*, Boston, Mass., Kluwer.

Mintzberg, Henry (1979), *The Structure of Organizations*, New York, Prentice Hall.

Mintzberg, Henry, Suzanne Otis, Jamal Shamsie et James A. Waters (1988), «Strategy of Design: A Study of 'Architects in Co-Partnership'» dans J. Grant (ed.) *Strategic Management Frontiers*, JAI Press.

OCDE, Eurostat (1997), *Manuel d'Oslo : Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique*, Paris: OCDE/Eurostat.

Quinn, James Brian (1985), «Managing Innovation: Controlled Chaos» *Harvard Business Review*, mai-juin.

Statistique Canada, *Le Quotidien*, 26 octobre, 1999.

Feature Article

Étude spéciale

Profile of Canada's travel agency industry

Adib Farhat¹

Service Industries Division
 Telephone: (613) 951-6306
 Fax: (613) 951-6696
 E-mail: farhadi@statcan.ca

The travel agency industry plays an essential role in Canada's tourism industry, and has ripple effects on other sectors of the Canadian economy². This article presents 1997 data on the industry's general characteristics, revenue and cost structure, client base, marketing methods, and trade patterns. To offer more context, these results are sometimes compared to those of previous years.³

Competition is high in the travel agency industry

The travel agency industry is intensely competitive, with many players throughout the country. In 1997, for example, Canada's travel agency industry encompassed 4760 establishments.⁴ Competition also contributed to the industry's relatively low profit margin. In 1997, the operating profit margin (before tax) for firms responding to this survey was about 7.3% — indeed, about 27% of travel agencies operated at a loss. Nevertheless, profitability was markedly improved in 1997; in 1996 the average profit margin of reporting firms was a much lower 5.0%.

Competition has prompted travel agencies to provide a wide range of services to increasingly sophisticated travelers. Travel agents sell various transportation packages, furnish travel information, and act as agents on behalf of tour

Profil du secteur des agences de voyages du Canada

Adib Farhat¹

Division des industries de service
 Téléphone : (613) 951-6306
 Télécopieur : (613) 951-6696
 Courriel : farhadi@statcan.ca

Les agences de voyages jouent un rôle essentiel dans l'industrie touristique du Canada, et elles ont des incidences sur d'autres secteurs de l'économie canadienne². Le présent article présente les données de 1997 sur les caractéristiques générales du secteur, les recettes et la structure des coûts, les catégories de clients, les méthodes de publicité et les tendances du commerce. Pour donner plus de contexte, ces résultats sont parfois comparés avec ceux des années précédentes³.

La concurrence est forte dans le secteur des agences de voyages

Le secteur des agences de voyages est un secteur énormément compétitif, qui compte de nombreux intervenants d'un bout à l'autre du pays. En 1997, par exemple, le secteur des agences de voyages du Canada englobait 4 760 établissements⁴. La concurrence a également contribué à la marge bénéficiaire relativement faible du secteur. En 1997, la marge bénéficiaire d'exploitation (avant impôts) des entreprises qui ont répondu à cette enquête s'établissait à environ 7,3 % — en fait, à peu près 27 % des agences de voyages fonctionnaient à perte. Néanmoins, leur rentabilité s'est améliorée de façon marquée en 1997; en 1996, la marge bénéficiaire moyenne des entreprises déclarantes s'établissait à 5,0 %, un pourcentage beaucoup plus faible.

La concurrence a incité les agences de voyages à offrir une vaste gamme de services à des voyageurs de plus en plus exigeants. Les agents de voyages vendent divers forfaits de transport, fournissent des renseignements sur les voyages et agissent comme mandataires

¹ Some portions of this article originally appeared in a Report presented to the Canadian Tourism Commission (CTC) of Industry Canada.

² For more details, please see "The business of tourism" (1990), by J.C. Holloway.

³ Please note that this article is based on data from only those travel agencies that were surveyed. Although efforts were made to ensure that the surveyed firms were representative of the entire industry, the results are based on responses from a panel of firms.

⁴ An establishment can comprise more than one location.

¹ Certaines parties de cet article ont paru pour la première fois dans un rapport présenté à la Commission canadienne du tourisme (CCT) d'Industrie Canada.

² Pour plus de détails, voir «The business of tourism» (1990), par J.C. Holloway.

³ À noter que le présent article est fondé sur des données provenant uniquement des agences de voyages qui ont été recensées. Même si des efforts ont été faits pour garantir que les entreprises recensées étaient représentatives de toute l'industrie, les résultats sont fondés sur les réponses d'un groupe d'entreprises.

⁴ Un établissement peut comprendre plus d'un emplacement.

Concepts and Methods

The principal objective of The Travel Arrangements Survey is to collect revenue and expense data by type of product and service. It also gathers data on employment, clientele and marketing. The survey covers businesses classified according to North American Industrial Classification System (NAICS) category 561510 for Travel Agencies and 561520 for Tour Operators/Wholesalers. The results presented in this article pertain only to those businesses classified in the travel agencies industry. Unless stated otherwise, assume that data for tour operator firms are excluded.

For reference year 1997, The Travel Arrangements Survey was conducted at the establishment level.⁵ In April 1998, 841 questionnaires were mailed to businesses in the industry, with an emphasis on surveying as many of the larger companies⁶ as possible. The survey's overall response rate was 53%. The remaining firms were either out of scope to the industry, out of business, or their data were not collectible. For partially completed questionnaires, some data were imputed based on results reported by firms in similar regions and size categories.

Caution should be exercised in the interpretation of travel agency revenues. The survey questionnaire asks travel agencies to report commissions earned (i.e., their net revenue) when reporting revenue. However, some agencies inadvertently reported gross revenue⁷ with offsetting cost of goods sold in the expenditure section. While every effort was made to identify and correct such responses, it is possible that revenue figures are somewhat inflated by this practice.

Errors can also occur during other phases of a business survey. For example, respondents can make errors, data may be inaccurately captured, or errors can be made at the edit and imputation stages of the survey. These factors should be recognized as having the potential to limit data quality.

Concepts et méthodes

L'Enquête sur le secteur des services de préparation de voyages et de réservation a pour principal objectif de recueillir des données sur les recettes et les dépenses, par type de produit et de service. Elle réunit également des renseignements sur les emplois, la clientèle et le marché. L'enquête s'applique aux entreprises classées conformément au Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), catégorie 561510 pour les agences de voyages et 561520 pour les voyagistes/grossistes. Les résultats présentés dans le présent article visent uniquement les entreprises classées dans le secteur des agences de voyages. À moins d'indication contraire, il faut supposer que les données concernant les entreprises de voyages organisés sont exclues.

Pour l'année de référence 1997, l'Enquête sur le secteur des services de préparation de voyages et de réservation a été menée au niveau de l'établissement⁵. En avril 1998, 841 questionnaires ont été envoyés à des entreprises dans le secteur, un effort particulier étant fait pour recenser le plus grand nombre possible de grandes entreprises⁶. Le taux de réponse global s'est établi à 53 %. Les autres entreprises étaient hors du champ d'observation, elles n'étaient plus en affaires, ou leurs données ne pouvaient être recueillies. Pour les questionnaires partiellement remplis, certaines données ont été imputées en fonction des résultats déclarés par des entreprises dans des régions semblables et de catégories de tailles semblables.

Il y aurait lieu de faire preuve de prudence dans l'interprétation des recettes des agences de voyages. Dans le questionnaire d'enquête, on demande aux agences de voyages de déclarer dans leurs recettes les commissions réalisées (c'est-à-dire leurs recettes nettes). Toutefois, certaines agences ont, par mégarde, déclaré des recettes brutes⁷ avec le coût compensatoire des marchandises vendues dans la section des dépenses. Même si tous les efforts possibles ont été faits pour repérer et corriger ces réponses, il se peut que cette pratique ait grossi quelque peu les chiffres sur les recettes.

Des erreurs peuvent aussi se produire pendant d'autres étapes d'une enquête sur les entreprises. Par exemple, les déclarants peuvent faire des erreurs, des données peuvent être mal saisies, ou des erreurs peuvent être faites aux étapes de la vérification et de l'imputation de l'enquête. Il ne faudrait donc pas oublier que ces facteurs peuvent réduire la qualité des données.

operators. They also book accommodation and transportation arrangements for travelers, help travelers to better plan their trips, and respond to travelers' complaints. Competition is increasingly prompting some travel agencies to specialize. Some businesses now specialize in such market segments as adventure travel, exotic vacations, educational tours and senior holidays. Travel agencies that specialize in this manner represent a small but growing segment of the industry.

pour le compte de voyagistes. Ils offrent également aux voyageurs des services de réservation d'hôtel et de transport, ils les aident à mieux planifier leurs voyages et ils règlent leurs plaintes. La concurrence incite de plus en plus certaines agences de voyages à se spécialiser. Aujourd'hui, des entreprises se spécialisent dans certains segments du marché, comme le tourisme d'aventure, les vacances exotiques, les voyages d'information et les vacances pour personnes âgées. Les agences de voyages qui se spécialisent de cette façon représentent un segment du marché encore petit mais qui prend de plus en plus d'ampleur.

⁵ An establishment is considered to be the most homogenous unit of production for which the business maintains accounting records that are detailed enough to yield business statistics.

⁶ Large companies are those with multiple establishments.

⁷ Including gross revenues that are ultimately forwarded to their suppliers (i.e. transportation companies, tour operators and accommodations providers), which should therefore not be included in "net" revenues.

⁵ Un établissement est considéré comme l'unité de production la plus homogène pour laquelle l'entreprise tient des livres comptables suffisamment détaillés pour fournir des statistiques sur le commerce.

⁶ Les grandes entreprises sont celles qui comptent de multiples établissements.

⁷ Y compris les recettes brutes qui finissent par être remises à leurs fournisseurs (c.-à-d. : compagnies de transport, voyagistes et fournisseurs de services d'hébergement), qui ne devraient donc pas être incluses dans les recettes «nettes».

Travel agencies have traditionally provided all of these services to customers while receiving commissions from wholesalers and airlines, bus companies and rail companies. In recent years, however, airlines have reduced the commissions that they pay to travel agencies. To offset these lost revenues, travel agencies have begun charging customers nominal fees for their services. It is noteworthy that the proportion of revenues that travel agencies derived from service fees almost doubled in 1997. This source of revenue is expected to increase further in order to compensate for the cuts in commission rates paid by the suppliers.

Also changing the relationship between travelers and the retail travel business are technological breakthroughs that have facilitated customers' electronic access to travel and airline information. With the availability of the airlines' Electronic Ticket Delivery Network, technologically sophisticated consumers can easily research their destinations and make their own travel arrangements. Such reservations coupled, with the automated ticket delivery system, may lead to a further lowering of commissions paid by airlines to travel agencies. Although the impact of this development on the structure of the travel agency industry is difficult to predict, some travel agents are concerned that it may reduce the number of agencies in operation.

In 1997, the vast majority (94%) of travel agencies were incorporated. Nearly two-thirds were affiliated with a chain and some 43% were affiliated with a franchise. As well, more than half of the surveyed travel agencies were members of a consortium. Consortium membership can offer a competitive edge because members are part of a larger group of multi-office travel agencies that can negotiate more favorable rates for commissions.

Revenue and cost structure

Although travel agencies sell a variety of products and services, they mainly draw their revenues from commissions paid by transportation services suppliers. In 1997, 53% of total revenues were generated from the sale of transportation fares (Table 1). Commissions earned from the sales of tour packages and cruises comprised another 26% of revenues.

The majority of travel agency revenues originate from Ontario, Quebec and British Columbia. Together, travel agencies in these three provinces accounted for 83% of all of the surveyed firms' revenues⁸ (Chart 1). The share of overall revenues going to travel agencies in Ontario

Dans le passé, les agences de voyages fournissaient tous ces services à leurs clients et touchaient en retour des commissions de grossistes, de compagnies aériennes, de compagnies d'autobus et de compagnies ferroviaires. Au cours des dernières années, toutefois, les compagnies aériennes ont réduit les commissions qu'elles versent aux agences de voyages. Pour compenser cette perte de recettes, les agences ont commencé à demander à leurs clients des frais modiques pour leurs services. Il convient de mentionner que la proportion de recettes qu'ont tirée les agences de voyages des frais de service a presque doublé en 1997. Cette source de revenu devrait augmenter encore davantage, pour compenser la réduction des commissions versées par les fournisseurs.

La relation entre les voyageurs et les agences de voyages au détail a également évolué en raison des progrès technologiques qui ont facilité aux clients l'accès électronique à des renseignements sur les voyages et sur les lignes aériennes. Grâce au Réseau de billetteries électroniques des lignes aériennes, les clients versés en technologie peuvent facilement se renseigner sur leurs destinations et faire leurs propres arrangements de voyage. Ce type de réservation, allié au système de billetterie automatisé, pourrait donner lieu à une autre réduction des commissions versées par les lignes aériennes. Il est difficile de prévoir l'incidence de cette innovation sur la structure du secteur des agences de voyages, mais certains agents de voyages craignent qu'elle réduise le nombre d'agences en exploitation.

En 1997, la grande majorité (94 %) des agences de voyages étaient constituées en société. Près des deux tiers étaient affiliées à une chaîne, et quelque 43 % étaient affiliées à une franchise. En outre, plus de la moitié des agences recensées étaient membres d'un consortium. L'appartenance à un consortium peut offrir un avantage concurrentiel, car les membres font partie d'un groupe plus important d'agences de voyages à multiples bureaux qui peuvent négocier des taux de commission plus favorables.

Recettes et structure des coûts

Même si les agences de voyages vendent divers produits et services, leurs recettes proviennent principalement des commissions versées par les fournisseurs de services de transport. En 1997, 53 % du total des recettes ont été générées par la vente de tarifs de transport (tableau 1). Les commissions réalisées sur la vente de voyages organisés et de croisières ont compté pour une autre proportion de 26 %.

La majorité des recettes des agences de voyages sont réalisées en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique. Collectivement, les agences de voyages dans ces trois provinces ont représenté 83 % de toutes les recettes des entreprises recensées⁸ (graphique 1). La part du total des recettes touchées par les agences de voyages en

⁸ This is based on the final results of the 1996 survey. 1997 provincial breakdowns are not yet available.

⁸ Ce pourcentage est fondé sur les résultats définitifs de l'enquête de 1996. Les répartitions provinciales pour 1997 ne sont pas encore disponibles.

Table 1. Most travel agency revenues come from transportation and tour packages

Source of revenue	Per cent — Pourcentage	Source de recettes
Transportation fares	53.3	Tarifs de transport
Tour package	25.8	Voyages organisés
Insurance products	5.2	Produits d'assurance
Cruise package	5.1	Croisières tout compris
Accommodation	4.0	Hébergement
All other revenue	2.2	Toutes les autres recettes
Other commissions	1.9	Autres commissions
Auto rentals	1.6	Location d'automobiles
Revenue from other sales	0.4	Recettes d'autres ventes
Service fees	0.4	Frais de service
Grand Total	100.0	Total général

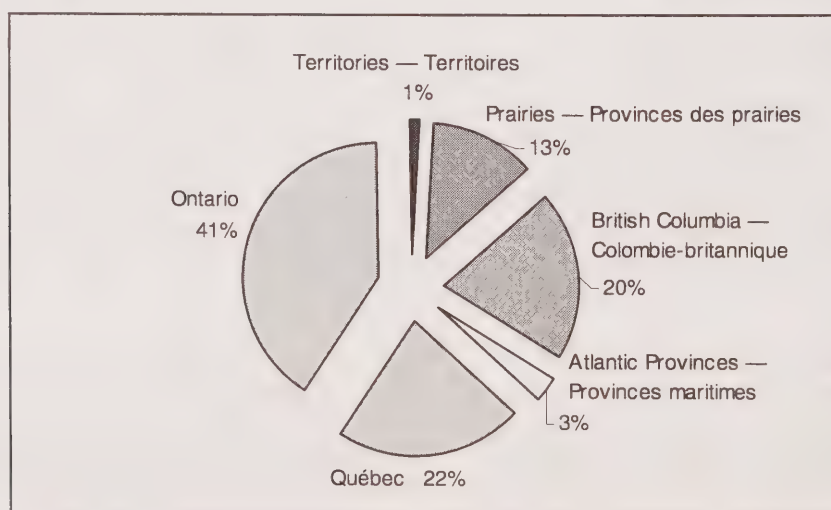
Tableau 1. La plupart des recettes des agences de voyages proviennent des forfaits de transport et des voyages organisés

declined slightly in 1996. Meanwhile, growth in the share of revenues was strongest in British Columbia. The geographical distribution of revenues is mirrored by the distribution of establishments, as the same three provinces accounted for 83% of the industry's establishments.

Ontario a légèrement fléchi en 1996, alors que celle des agences de la Colombie-Britannique a affiché la croissance la plus forte. La répartition géographique des recettes se reflète dans la répartition des établissements, car 83 % des établissements du secteur se retrouvaient dans ces trois provinces.

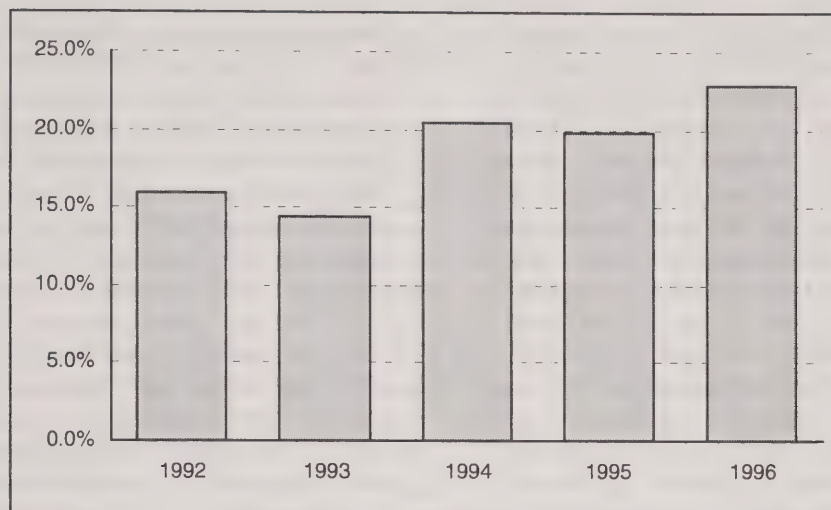
Most travel agencies are relatively small. However, mergers and acquisitions have raised concentration in the industry, bringing a moderate increase in the proportion of industry revenues earned by the twenty largest firms. In 1996, the twenty largest firms accounted for 23% of total revenue, up from 20% in 1995, and 15% in 1993 (Chart 2). Concentration will probably continue to increase as long as mergers and acquisitions remain the best strategy for industry integration.⁹

La plupart des agences de voyages sont relativement petites. Toutefois, les fusions et acquisitions ont accentué la concentration, ce qui s'est traduit par une modeste augmentation de la proportion des recettes du secteur touchées par les vingt plus grandes entreprises. En 1996, les vingt plus grandes entreprises ont représenté 23 % du total des recettes, soit une hausse par rapport à 20 % en 1995 et 15 % en 1993 (graphique 2). Il est probable que la concentration se poursuivra, tant que les fusions et les acquisitions demeureront la meilleure stratégie pour l'intégration du secteur⁹.

Chart 1. Percentage of travel agency revenues earned in various provinces**Graphique 1. Pourcentage des recettes des agences de voyages réalisées dans diverses provinces**

⁹ For more information on the effectiveness of mergers and acquisitions, please see "Une analyse sectorielle: Les stratégies des voyageurs" (1992), page 27, by B. Prémont.

⁹ Pour plus de renseignements sur l'efficacité des fusions et acquisitions, voir «Une analyse sectorielle : Les stratégies des voyageurs» (1992), page 27 par B. Prémont.

Chart 2. Increase in the proportion of revenues earned by largest firms**Graphique 2. Augmentation de la proportion des recettes réalisées par les plus grandes entreprises****Revenue by destination**

Travel to Canadian destinations is growing in popularity. In 1997, travel agency revenues generated from trips to Canadian destinations rose substantially compared to the year before. This may have been partially due to a two percent depreciation of the Canadian dollar relative to its U.S. counterpart from 1996 to 1997. As a result, the proportion of travel agency revenues earned via trips to Canadian destinations rose from 38% in 1996 to 42% in 1997 (Table 2). Despite this, travel agencies still earned more revenues from travelers going abroad in 1997 than they did in 1996.

Recettes selon la destination

Les voyages vers des destinations canadiennes deviennent de plus en plus populaires. En 1997, les recettes des agences générées par ces voyages ont sensiblement augmenté comparativement à l'année précédente. Il se peut que ce résultat ait été partiellement attribuable à une dépréciation de 2 % du dollar canadien par rapport à son homologue américain de 1996 à 1997. Pour cette raison, la proportion de leurs recettes que les agences de voyages ont tirées de voyages vers des destinations canadiennes est passée de 38 % en 1996 à 42 % en 1997 (tableau 2). En dépit de cette hausse, les agences ont encore réalisé plus de recettes des voyages vers l'étranger en 1997 qu'elles en ont gagné en 1996.

Table 2. Proportion of travel agency revenues derived from trips to various destinations**Tableau 2. Proportion des recettes des agences de voyages provenant de voyages vers diverses destinations**

Destinations	Per cent — Pourcentage	Destinations
To Canadian:		Vers des destinations canadiennes :
Tour and Cruise	6.9	Voyages organisés et croisières
All other travel	34.9	Tous les autres voyages
Total Canadian destination	41.8	Total pour les destinations canadiennes
To American:		Vers des destinations américaines :
Tour and Cruise	9.0	Voyages organisés et croisières
All other travel	16.4	Tous les autres voyages
Total American destination	25.4	Total pour les destinations américaines
Travel to foreign destination:		Vers des destinations étrangères :
Tour and Cruise	12.8	Voyages organisés et croisières
All other travel	20.2	Tous les autres voyages
Total foreign destination	32.8	Total pour les destinations étrangères
Total	100.0	Total

Corporate travel generating an increasing proportion of revenues

Services to individuals traveling for leisure purposes generated 51% of all 1997 revenues for the surveyed travel agencies, a slight decline from the 58% reported in 1996. Meanwhile, corporate travel accounted for 39% of revenues, an increase of eight percentage points. It may be that corporate travel was less affected than leisure travel by the decline in the value of the Canadian dollar. Government travelers produced another 8% of revenues, while sales to foreign clients accounted for the remaining 2%. Of the sales to foreign clients, visitors from the United States generated 37% of these revenues. This is much lower than previous proportions, which averaged 50% as recently as 1995. However, this does not necessarily mean that Americans are using Canadian travel agencies less often; it may instead be due to an increase in the number of non-American foreign visitors.

Operating expenses significantly affected by labour costs

Despite advances in technology, travel agencies continue to operate in a relatively labour-intensive manner. Over half of all travel agency operating expenses went towards wages and salaries in 1997 (Table 3), and another 5% were allocated to providing employee benefits. These proportions were similar to those of 1996.

Travel agencies also have to contend with overhead costs. For example, land and building rental and leasing expenses made up 8% of operating costs in 1997. As well, advertising and sales promotion costs accounted for 5% of total

Les clients d'affaires ont généré une proportion croissante des recettes

Les services fournis à des particuliers voyageant par agrément ont généré 51 % de toutes les recettes de 1997 des agences de voyages recensées, une légère diminution par rapport à 58 % en 1996. Par ailleurs, les voyages d'affaires ont compté pour 39 % des recettes, une hausse de huit points de pourcentage. Il se peut que la baisse de la valeur du dollar canadien ait eu moins d'incidence sur les voyages d'affaires que sur les voyages d'agrément. Les voyageurs du secteur public ont rapporté une autre proportion de 8 % des recettes, alors que les ventes à des clients étrangers ont compté pour les 2 % restants. Dans le cas des ventes à des clients étrangers, 37 % des recettes sont provenues de visiteurs des États-Unis. Cette proportion est beaucoup plus faible que les proportions antérieures qui même en 1995 s'établissaient en moyenne à 50 %. Toutefois, cela ne signifie pas nécessairement que les Américains utilisent moins souvent les agences de voyages canadiennes; il se pourrait plutôt que la baisse soit due à une augmentation du nombre de visiteurs étrangers non américains.

Les coûts de main-d'œuvre ont une incidence considérable sur les dépenses d'exploitation

En dépit des progrès de la technologie, les agences de voyages continuent à fonctionner avec une main-d'œuvre relativement nombreuse. En 1997, plus de la moitié de toutes les dépenses d'exploitation des agences de voyages ont été engagées au titre des salaires et rémunérations (tableau 3), et une autre proportion de 5 % a été allouée aux avantages sociaux des employés. Ces proportions étaient semblables à celles qui ont été déclarées en 1996.

Les agences de voyages doivent également composer avec des frais généraux. Par exemple, les dépenses afférentes à la location à court ou à long terme de terrains et de bâtiments ont représenté 8 % des dépenses d'exploitation en 1997. En outre, la promotion d

Table 3. Percentage distribution of operating expenses, 1997

Type of Expense	Per cent — Pourcentage
Wages and Salaries	52.8
Rent / lease of land & building	8.1
Other non-specified operating expenses	7.3
Telecommunication, postage	5.1
Employee benefits	5.0
Advertising and sales promotion	4.7
Legal, accounting, consulting fees	3.1
Office and other supplies	3.0
Computer services	2.6
Travel and entertainment	2.0
Royalties and franchise fees	1.6
Depreciation expenses	1.5
Taxes, permits and licenses	0.8
Other operating expenses	9.8
Total	100.0

Tableau 3. Répartition en pourcentage des dépenses d'exploitation, 1997

Genre de dépenses
Salaires et rémunérations
Location à court ou à long terme de terrains et de bâtiments
Autres dépenses non précisées
Télécommunications, frais postaux
Avantages sociaux des employés
Publicité et promotion des ventes
Services juridiques, comptables et de consultation
Fournitures de bureau et autres fournitures
Services informatiques
Frais de déplacement et de représentation
Redevances et droits de franchise
Frais d'amortissement
Taxes, permis et licences
Autres dépenses d'opération
Total

operating expenses. Meanwhile, travel agencies apportioned another 5% of their operating expenditures to telecommunications services and postage, due to the diverse geographical locations of their customers and their providers of transportation and vacation packages.

Although labour-related costs comprised most of the travel agencies' operating expenses, employment per agency was modest, reflecting the small size of most operations. The number of employees per agency responding to the survey ranged from two to twenty.

According to the Labor Force Survey, the travel agency and tour operators industry¹⁰ employed nearly 30,000 people in 1997 (Chart 3), slightly less than in 1996, perhaps because of the dampening effect of the declining Canadian dollar. In 1997, about three-quarters of the industry's employees worked full-time, a proportion that has been relatively stable in recent years. Nevertheless, this was less than the 81% proportion of full-time employees in the entire economy in 1997.

Employment levels for the industry are highly sensitive to cyclical changes in the economy because travel volumes are closely tied to prevailing economic conditions, both domestically and abroad. For example, employment in travel agencies rose at healthy rates during the economic expansions of the late 1980s and mid-1990s. However, discretionary purchases, such as those on leisure travel, are among the first that consumers scale back on during lean economic times, especially with half of all travel by Canadians being for leisure purposes. Therefore, when

ventes et la publicité ont compté pour 5 % de toutes les dépenses d'exploitation. Les agences de voyages ont aussi affecté une autre proportion de 5 % de leurs dépenses d'exploitation à des services de télécommunications et des frais postaux, en raison des nombreux emplacements géographiques de leurs clients et de leurs fournisseurs de forfaits de transport et forfaits de vacance.

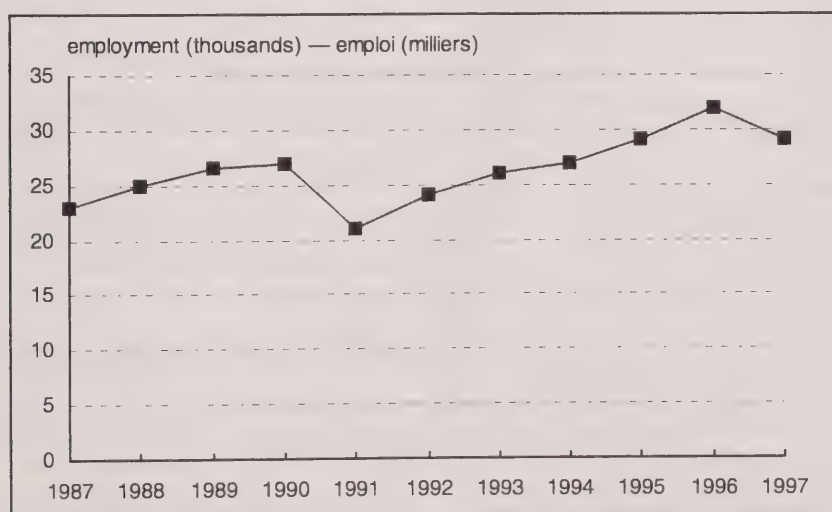
Même si les coûts de main-d'œuvre ont constitué la plupart des dépenses d'exploitation des agences de voyages, le nombre d'emplois par agence était modeste, indiquant la petite taille de la plupart d'entre elles. Le nombre d'employés par agence qui a répondu à l'enquête variait de deux à vingt.

Selon l'Enquête sur la population active, le secteur des agences de voyages et des voyagistes¹⁰ employait plus de 30 000 personnes en 1997 (graphique 3), un peu moins qu'en 1996, peut-être en raison de l'effet modérateur de la baisse du dollar canadien. En 1997, environ les trois quarts des employés du secteur travaillaient à plein temps, une proportion qui est demeurée relativement stable au cours des dernières années. Il reste que ce chiffre était inférieur à la proportion de 81 % d'employés à plein temps dans toute l'économie en 1997.

Les niveaux d'emploi dans le secteur sont très sensibles aux changements cycliques qui surviennent dans l'économie, car le nombre de voyages est étroitement relié à la conjoncture économique de l'heure, aussi bien au pays qu'à l'étranger. Par exemple, le nombre d'emplois dans les agences de voyages a augmenté à des taux robustes pendant la reprise économique de la fin des années 80 et du milieu des années 90. Toutefois, les achats facultatifs, comme les achats liés à des voyages d'agrément, sont parmi les premiers achats que réduisent les consommateurs lorsque les temps sont difficiles, surtout étant donné que la moitié de tous les voyages faits par les

Chart 3. Industry employment dipped in 1997 following rapid gains in the mid-1990s

Graphique 3. L'emploi dans le secteur a régressé en 1997 à la suite de gains rapides au milieu des années 90



¹⁰ Employment figures are unavailable from the Labor Force Survey for the travel agency industry by itself.

¹⁰ L'Enquête sur la population active ne fournit pas les données sur l'emploi pour le seul secteur des agences de voyages.

prompted to lower costs in the face of dampened demand during the recession of the early 1990s, travel agencies responded by shedding employees, especially in 1991 when industry employment was reduced by approximately one-fourth.

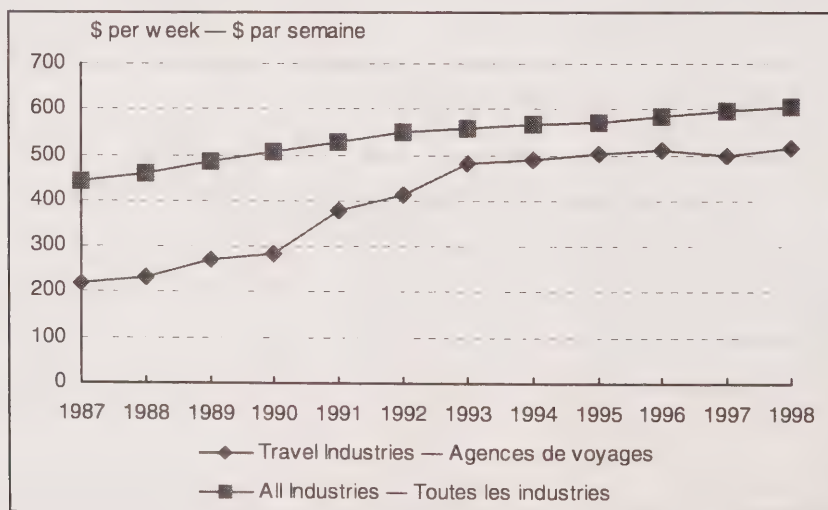
Although labour-related costs comprise a sizeable portion of travel agencies' operating expenditures, average remuneration for the industry's employees is well below that for employees in most other industries (Chart 4). The travel agency and tour operators industry's¹¹ average weekly wage and salary was \$499 in 1997, compared to the \$598 average recorded in the entire economy. Therefore average remuneration in the travel agency and tour operators industry was 17% lower than in the overall economy. This gap may be due to the relatively high proportion of part-time staff in the travel agency industry, along with the industry's low degree of unionization.¹² Another factor may be the industry's intense competition which forces firms to contain their labour costs. However, this remuneration gap is much narrower than it used to be. For example, in 1990 the gap was 44%. It appears that the remuneration gap has narrowed in the 1990s because the wages and salaries of full-time employees in the travel agency and tour operators industry have risen very rapidly. The gap narrowed especially rapidly in the early 1990s. The recession may have prompted weaker (and likely lower-paying) firms to go out of business. Another partial cause may have been a 1990-92 decline in the proportion of the

Canadiens le sont par agrément. Par conséquent, lorsqu'elles ont dû réduire les dépenses en raison d'une baisse de la demande pendant la récession du début des années 90, les agences de voyages ont réagi en mettant des employés à pied, surtout en 1991 lorsque les emplois dans le secteur ont été réduits d'environ le quart.

Même si les coûts de main-d'œuvre constituent une proportion importante des dépenses d'exploitation des agences de voyages, la rémunération moyenne des employés du secteur se situe bien en deçà de celle des employés dans la plupart des autres secteurs (graphique 4). En 1997, la moyenne des salaires et des rémunérations hebdomadaires dans le secteur des agences de voyages et des voyagistes¹¹ se situait à 499 \$, comparativement à la moyenne de 598 \$ consignée pour toute l'économie. Par conséquent, la rémunération moyenne dans le secteur des agences de voyages et des voyagistes était de 17 % inférieure à la moyenne enregistrée pour l'économie globale. Cet écart peut être attribuable à la proportion relativement élevée d'employés à temps partiel dans le secteur des agences de voyages, ainsi qu'au faible degré de syndicalisation dans le secteur¹². L'intensité de la concurrence dans le secteur est peut-être un autre facteur qui oblige les entreprises à réduire leurs coûts de main-d'œuvre. Toutefois, aujourd'hui cet écart de rémunération est beaucoup moins prononcé. Par exemple, il se chiffrait à 44 % en 1990. Il semblerait qu'il se soit rétréci pendant les années 90, car les salaires et rémunérations des employés à plein temps ont augmenté très rapidement. Le rétrécissement a été tout particulièrement rapide au début des années 90. Il se peut que la récession ait incité des entreprises plus faibles (et qui versaient probablement des salaires plus faibles) à fermer leurs portes. Un autre facteur peut avoir été

Chart 4. Average remuneration rose relatively rapidly in the early 1990s

Graphique 4. La rémunération moyenne a augmenté assez rapidement au début des années 90



¹¹ Remuneration figures were unavailable from the Survey of Employment, Payrolls and Hours for the travel agency industry by itself.

¹² For more details, please see "The business of tourism" (1990), by J.C. Holloway.

¹¹ L'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail ne fournit pas les données sur la rémunération pour le seul secteur des agences de voyage.

¹² Pour plus de détails, voir «The business of tourism» (1990), par J.C. Holloway.

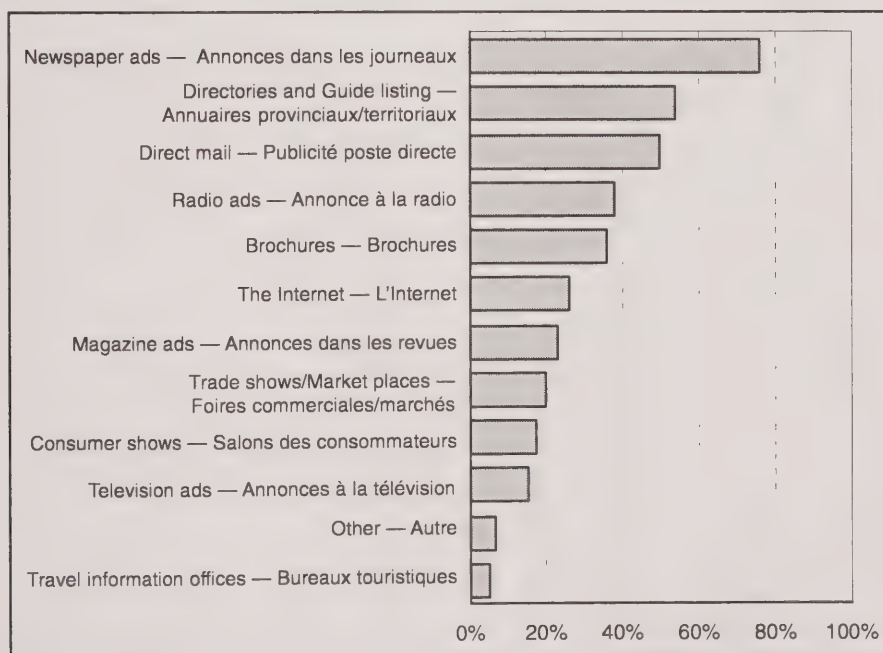
industry's employees working part-time, which would have an upward effect on the industry's average remuneration.

Marketing Methods

Each travel agency responding to the survey stated that they advertised their services in 1997, and a large proportion (83%) of the firms employed multiple advertising methods. Chart 5 illustrates that the most popular method was newspaper advertising (used by 76% of the firms), inclusion in directories and guide listings (54%) and direct mail advertising (50%). As anticipated, the proportion of travel agencies advertising via the Internet tripled from 1995 to 1997, to the point where about one in every four travel agencies did so by 1997.

Despite the fact that many travel agencies employ relatively expensive advertising tools (television, radio, magazines and newspapers), travel agencies allocated only 5% of their operating expenditures to advertising and sales promotions. Because they advertise jointly with tour operators and wholesalers, travel agencies can widely advertise their services and concurrently limit their advertising expenditures.¹³

Chart 5. Proportion of firms using various advertising methods



¹³ Travel agencies and tour operators and wholesalers frequently work together to reduce costs and risks. Tour operators negotiate commission rates with travel agencies that are designed to motivate agents to sell the maximum number of tours. As a result, in 1997, travel agents sold two-thirds of all tour packages.

une baisse de 1990 à 1992 de la proportion d'employés à temps partiel, laquelle aurait fait augmenter la rémunération moyenne dans le secteur.

Méthodes de publicité

Toutes les agences de voyages qui ont répondu à l'enquête ont déclaré avoir fait la promotion de leurs services en 1997, et une forte proportion (83 %) avaient utilisé de nombreuses méthodes. Le graphique 5 montre que la méthode la plus populaire était le placement d'annonces dans les journaux (76 % des entreprises), dans des annuaires provinciaux/territoriaux (54 %), et la publicité postale directe (50 %). Comme on s'y attendait, la proportion d'agences de voyages qui ont fait de la publicité sur Internet a triplé de 1995 à 1997, au point où une agence de voyages sur quatre se servait d'Internet au début de 1997.

Même si un grand nombre d'agences de voyages utilisent des outils de publicité assez coûteux (télévision, radio, revues et journaux), seulement 5 % des dépenses d'exploitation des agences ont été engagées au titre de la publicité et de la promotion des ventes. Comme elles commercialisent leurs produits conjointement avec des voyagistes et des grossistes, les agences peuvent faire beaucoup de publicité et limiter en même temps leurs dépenses publicitaires¹³.

Graphique 5. Proportion d'entreprises qui utilisent diverses méthodes de publicité

¹³ Bien souvent, les agences de voyages, les voyagistes et les grossistes travaillent ensemble pour réduire les coûts et les risques. Les voyagistes négocient avec les agences de voyages des taux conçus pour motiver les agents à vendre le nombre maximum de voyages. C'est ainsi qu'en 1997 les agents de voyages ont vendu les deux tiers de tous les voyages organisés.

Conclusion

Travel agencies operate in an intensely competitive industry. Although mergers and acquisitions are leading to more industry concentration, the industry continues to largely be comprised of small firms. Competitive pressures, currency fluctuations, recent technological developments, and lower commissions from some transportation providers have acted to limit the industry's profitability.

These developments leave the impression that travel agencies reside in a declining industry. However, the industry is resisting by finding new ways to add value to their travel packages. For example, travel agencies are establishing partnerships with accommodation providers, restaurants and museums to ensure that travel packages increasingly include more than just transportation services. As well, the industry is adding new products to compensate for lost commissions. For example, it is attempting to draw more revenues from sales of travel-related goods such as luggage and maps. Moreover, the industry increasingly charges fees for some of its travel advice. These developments should be reflected in results for the 1998 Travel Arrangements Survey, which will be released sometime in 2000.

Conclusion

Les agences de voyages fonctionnent dans un milieu extrêmement compétitif. Même si les fusions et acquisitions se traduisent par une plus grande concentration dans le secteur, celui-ci est encore en grande partie composé de petites entreprises. Les pressions concurrentielles, les fluctuations des devises, les récents progrès technologiques et la réduction des commissions versées par certains fournisseurs de services de transport se sont conjugués pour réduire la rentabilité du secteur.

Ces changements donnent l'impression que les agences de voyages font partie d'un secteur en décroissance. Toutefois, le secteur réagit en trouvant de nouveaux moyens d'ajouter de la valeur à ses voyages tout compris. Par exemple, les agences de voyages établissent des partenariats avec des fournisseurs de services d'hébergement, des restaurants et des musées, pour garantir que de plus en plus les voyages tout compris comprennent davantage que les services de transport uniquement. En outre, le secteur ajoute de nouveaux produits pour compenser la perte de commissions. Par exemple, il tente de tirer plus de recettes de la vente de produits liés aux voyages, comme des bagages et des cartes. En outre, il exige de plus en plus souvent des frais pour certains de ses services de consultation. Ces nouvelles initiatives devraient se refléter dans les résultats de l'Enquête sur le secteur des services de préparation de voyages et de réservation de 1998, qui seront diffusés en 2000.

**Service Industry
Indicators**

**Indicateurs pour
les services**

NOW AVAILABLE

Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996

You can now get the *historical labour market information* needed to complete your research project, accomplish long-term company planning or successfully resolve contract escalation questions.

This product will help you...

Identify, retrieve and process essential information for over 200 industry groups available at national, provincial and territorial levels. Also included are total number of employees (including estimates of those paid by the hour); average weekly and hourly earnings; average weekly hours worked and payrolls data.

This indispensable reference source is presented in two easy-to-load, **user friendly electronic formats** that makes accessing the data you need easier than ever before. With Adobe Acrobat software, you can easily view or print your own paper copy, while the ASCII file format lets you import the data to your preferred spreadsheet.

PLUS, also included in this issue is the "**Help-Wanted Index, 1981- 1996**" supplement. This index gives you reliable information on changes in the demand for labour for Canada, provinces, territories, regions and metropolitan areas. In fact, it is the only indicator of labour demand compiled by Statistics Canada on a regular basis.

"*Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996*" **plus** the "Help-Wanted Index, 1981 - 1996", a goldmine of information at your fingertips.

Order today! **Diskette** (catalogue # 72F0002XDE) or **Internet** version (catalogue # 72F0002XIE) for only \$120 Cdn. + GST and applicable PST or HST. **Diskette version plus paper copy** (catalogue # 10-3000XKB) for \$150 Cdn. + GST and applicable PST or HST. Prices for clients outside Canada are in US dollars and should be paid in US funds.

PF # 4007

MAINTENANT DISPONIBLE

Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996

Vous pouvez maintenant obtenir de l'*information historique sur le marché du travail* qui vous permettra de compléter votre projet de recherche, faire de la planification à long terme pour votre entreprise ou résoudre efficacement les questions touchant les clauses d'indexation de contrats.

Ce produit vous aidera à...

Identifier, recueillir et transformer des renseignements indispensables pour plus de 200 groupes d'industries, tant sur les plans national, provincial et territorial. On y retrouve de l'information sur le nombre total de salariés et de salariés rémunérés à l'heure; la rémunération hebdomadaire et horaire; les heures hebdomadaires moyennes travaillées ainsi que la rémunération brute.

Cette ressource est un outil de travail important. Elle est présentée dans deux **formats facile à télécharger et à utiliser** rendant l'accès aux données plus facile que jamais. À l'aide du logiciel Adobe Acrobat, vous pouvez facilement visualiser ou imprimer votre propre publication. Les fichiers ASCII vous permettent d'importer les données dans un chiffrier de votre choix.

De plus, cette édition contient le supplément de «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**». Cet indice vous fournit des renseignements fiables permettant de suivre les changements sur la demande de main-d'oeuvre, au niveau du Canada, les provinces et territoires, les grandes régions provinciales et les régions métropolitaines. Il s'agit en fait du seul indicateur de la demande de main-d'oeuvre produit de façon régulière par Statistique Canada.

«*Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996*» **ainsi que** «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**», sont une mine d'or à la portée de la main.

Commandez dès aujourd'hui!

Disquette (72F0002XDF au catalogue) ou version **Internet** (72F0002XIF au catalogue) pour seulement 120 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Version **disquette et papier** (10-3000XKB au catalogue) pour 150 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Les prix pour les clients de l'extérieur du Canada sont en dollars américains et doivent être payés en dollars US.

PF # 4007

PHONE / COMPOSEZ:

INTERNET:

FAX TO / TÉLÉCOPIEZ AU:

MAIL TO / ENVOYER À:



1-(800)-263-1136
1-(613)-951-4090



order@statcan.ca
labour@statcan.ca



1-(613)-951-4087



Statistics Canada,
Labour Division du travail
Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6

**Information and Cultural
Industries**

**Industrie de l'information
et industrie culturelle**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

A. Information and cultural industries

A. Industrie de l'information et industrie culturelle

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This new Information and Cultural Industries category groups those industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming information into a commodity that is produced and distributed. Also included here are publishers, libraries, and the motion picture and sound recording industries.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Newspaper, Periodical, Book and Database Publishers (NAICS 5111):

E2831 Book Publishing Industry

E2839* Other Publishing Industries

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le nouveau secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle regroupe les établissements qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que ceux dont l'activité principale consiste à transformer l'information en un bien qui est produit et distribué. Il inclut aussi les éditeurs, les bibliothèques et les industries du film et de l'enregistrement sonore.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de base de données (SCIAN 5111) :

E2831 Industrie de l'édition du livre

E2839* Autres industries d'édition

E2841 Newspapers, Magazines and Periodicals

E2849 Other Combined Publishing and Printing

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Software Publishers (NAICS 5112):

M7721* Computer Services

Motion Picture and Video Industries (NAICS 5121):

R9611* Motion Picture & Video Production

R9612* Motion Picture & Video Distribution

R9613* Motion Picture Labs & Video Prod. Facilities

R9619 Other Motion Picture, Audio & Video services

R9621 Regular Motion Picture Theatres

R9622 Outdoor Motion Picture Theatres

R9629 Other Motion Picture Exhibition

Sound Recording Industries (NAICS 5122):

E2839* Other Publishing Industries

E2849* Other Combined Publishing and Printing

E3994* Musical Instruments and Sound Recording

I5952* Musical Instruments & Accessories, Wholesale

R9614 Sound Recording Services

Radio and Television Broadcasting (NAICS 5131-5132):

H4811 Radio Broadcasting Industry

H4812 Television Broadcasting Industry

H4813 Combined Radio & Television Broadcasting

H4814 Cable Television Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

Telecommunications (NAICS 5133):

H4821 Telecommunication Carriers Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

E2841 Industries des journaux, livres et périodiques

E2849 Autres industries d'impression et d'édition combinées

M7721* Services d'informatiques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Éditeurs de logiciel (SCIAN 5112) :

M7721* Services d'informatique

Industries du film et de la vidéo (SCIAN 5121) :

R9611* Production de films et de matériel visuel

R9612* Distribution de films et de matériel visuel

R9613* Laboratoires de films et de matériel visuel

R9619 Autres services relatifs aux films et au domaine de l'audiovisuel

R9621 Salles de cinéma ordinaires

R9622 Projection de film en extérieur

R9629 Autres salles de cinéma

Industries de l'enregistrement sonore (SCIAN 5122) :

E2839* Autres industries de l'édition

E2849* Autres industries d'impression et d'édition combinées

E3994* Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique

I5952* Instruments et accessoires de musique, commerce de gros

R9614 Services d'enregistrement du son

Radiodiffusion et télédiffusion (SCIAN 5131-5132) :

H4811 Industrie de la radiodiffusion

H4812 Industrie de la télédiffusion

H4813 Industrie de la radiodiffusion et de la télédiffusion intégrées

H4814 Industrie de la télédistribution

H4839* Autres industries des télécommunications

Télécommunications (SCIAN 5133) :

H4821 Industrie de la transmission des télécommunications

H4839* Autres industries de télécommunications

**Information Services and Data Processing Services
(NAICS 514):**

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

O8541 Library Services

O8551* Museums & Archives

R9999* Other Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

**Standard Industrial Classification for Establishments
(SIC-E)**

Telecommunication Broadcasting (481)

Telecommunication Carriers and Other Telecommunication Industries (482, 483)

Postal and Courier Service Industries (484)

**Services d'information et de traitement des données
(SCIAN 514) :**

M7721* Services d'informatique

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

O8541 Bibliothèques

O8551* Musées et archives

R9999* Autres services n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consultez l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

**Classification type des industries pour établissements
(CTI-E)**

Diffusion des télécommunications (481)

Transmission des télécommunications et autres industries de télécommunications (482, 483)

Services postaux et de messagerie (484)

Information and Cultural Industries

Highlights — 3rd Quarter 1999

- Output in the communications sector rose 0.9% this quarter, which was less than the 1.2% growth rate recorded for the economy as a whole. This contrasted with each of the previous six quarters, when output growth rates for the communications sector exceeded those for the economy.
- Strong third quarter GDP growth in the broadcasting industry (+1.5%) and the telecommunication carriers and other telecommunications industry (+1.2%), was partly offset by contractions in the postal and courier services industry (-0.7%). This marked the third consecutive quarter in which GDP for the postal and courier services industry declined.
- After dropping sharply in early 1999, employment in the information and cultural industries rose this quarter. All of the 7,000 new jobs were full-time positions. This quarter's job growth was highest in broadcasting and in publishing, with each of these industries creating 3,000 jobs this quarter.
- Despite these recent job gains, the workforce of the information and cultural industries is smaller than it was in the third quarter of 1998. Relative to four quarters ago, employment has slipped by 16,000, a drop of 3.9%. Just over half of these lost jobs were full-time positions. Employment declined especially rapidly in the telecommunications services industry, where job losses totaled 40,000. This was partially offset by added jobs in the motion picture and video industry (+15,000) and the publishing industry (+9,000).

Key Services Indicators

(change from last quarter)

Employment*	↓	3.9%
Salaries	↑	0.3%
GDP	↑	0.9%

* From same quarter last year.

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Au troisième trimestre, la production du secteur des communications a augmenté de 0,9 %, ce qui est inférieur au taux de croissance enregistré pour l'ensemble de l'économie (1,2 %). Cette performance fait contraste avec la tendance qui avait été observée au cours des six trimestres précédents, où la croissance dans le secteur des communications était demeurée supérieure à celle de l'ensemble de l'économie.
- La forte augmentation du PIB du secteur de la radiotélévision (+1,5 %) et du secteur des télécommunications et autres services de télécommunications (+1,2 %), au troisième trimestre, a été partiellement annulée par le recul dans les services postaux et de messagerie (-0,7 %). Il s'agit pour ce dernier secteur d'un troisième recul consécutif en autant de trimestres.
- Après avoir fortement diminué au début de 1999, l'emploi dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle a augmenté au présent trimestre, et la totalité des 7 000 nouveaux emplois sont des emplois à temps plein. De plus, les emplois créés au troisième trimestre l'ont été principalement dans les secteurs de la radiotélévision et de l'édition, chacun de ces deux secteurs générant 3 000 nouveaux emplois.
- Malgré ces hausses récentes, les effectifs dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle sont en baisse par rapport au troisième trimestre de 1998. Le nombre d'emplois a en effet diminué de 16 000 durant cette période d'un an, soit une baisse de 3,9 %, et un peu plus de la moitié des emplois perdus sont des emplois à temps plein. La perte d'emplois a été particulièrement rapide dans le secteur des télécommunications, où 40 000 emplois ont été perdus; des augmentations dans le secteur du film et de la vidéo (+15 000) et celui de l'édition (+9 000) ont quelque peu compensé ces pertes.

Indicateurs clés des services

(variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↓	3,9 %
Rémunération	↑	0,3 %
PIB	↑	0,9 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Average wages and salaries in communications rose for a third consecutive quarter, this time by 0.3%, to reach an annualized rate of \$37,212. This level is 17% higher than average remuneration recorded in the overall economy this quarter. Average annual wages and salaries in broadcasting (\$43,386) and in the carriers and other telecommunications industries (\$43,673) easily exceeded the overall economy's average.
- Compared to the third quarter of 1998, average remuneration has risen 1.8% in the communications sector, led by a 6.1% increase in the postal and other courier services industry. Meanwhile, a 1.3% decline in average wages and salaries occurred in the carriers and other telecommunications industries over the past four quarters.
- La rémunération annuelle moyenne dans le secteur de communications est en hausse pour un troisième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,3 %. La rémunération moyenne s'établit maintenant à 37 212 \$, ce qui est 17 % supérieur à la rémunération moyenne dans l'ensemble de l'économie. La rémunération annuelle moyenne dans le secteur de radiotélévision (43 386 \$) et celui des télécommunications (43 673 \$) dépasse largement la rémunération moyenne de l'économie.
- Depuis le troisième trimestre de 1998, la rémunération moyenne a augmenté de 1,8 % dans le secteur de communications, grâce principalement à la hausse de 6,1 % dans le secteur des services postaux et de messagerie. Durant la même période, une réduction de 1,3 % a été observée dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment

Graphique A1. Emploi

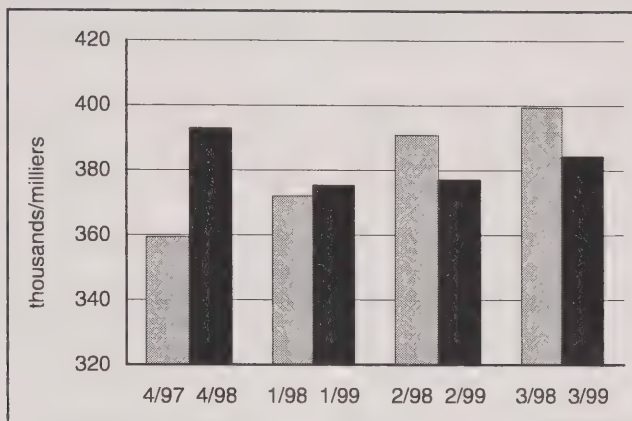


Chart A2. Average wages and salaries

Graphique A2. Rémunération et salaires

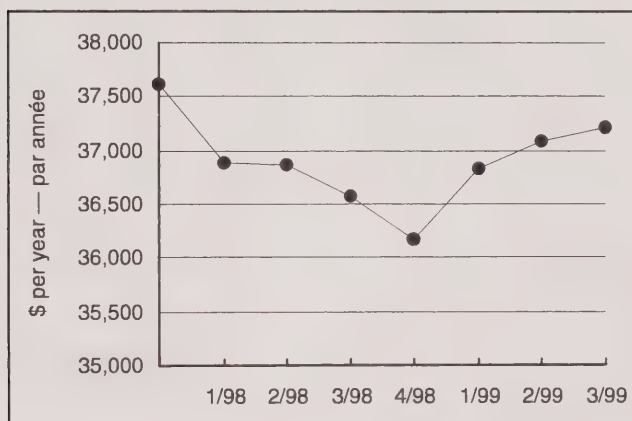


Chart A3. GDP

Graphique A3. PIB

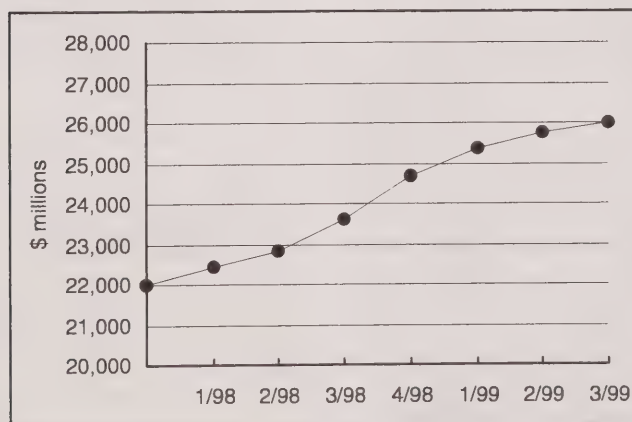


Table A1. Communications, annualized GDP
at factor cost

1997		1998					1999		
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Broadcasting	3,520	3,599	3,614	3,660	3,767	3,819	3,798	3,854	Diffusion
Carriers/other telecom.	14,848	14,798	15,189	15,900	16,849	17,522	18,018	18,231	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	3,655	4,030	4,008	4,064	4,090	4,016	3,940	3,913	Services postaux/messagerie
Total communications	22,023	22,427	22,811	23,624	24,706	25,357	25,756	25,998	Total des communications
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	2.4	2.2	0.4	1.3	2.9	1.4	-0.5	1.5	Diffusion
Carriers/other telecom.	1.2	-0.3	2.6	4.7	6.0	4.0	2.8	1.2	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-8.6	10.3	-0.5	1.4	0.6	-1.8	-1.9	-0.7	Services postaux/messagerie
Total communications	-0.3	1.8	1.7	3.6	4.6	2.6	1.6	0.9	Total des communications
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Broadcasting	0.49	0.50	0.50	0.51	0.52	0.52	0.51	0.51	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.09	2.07	2.11	2.21	2.31	2.38	2.42	2.42	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.51	0.56	0.56	0.56	0.56	0.54	0.53	0.52	Services postaux/messagerie
Total communications	3.10	3.13	3.18	3.28	3.39	3.44	3.46	3.45	Total des communications

Chart A4. GDP nominal growth rates

Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB

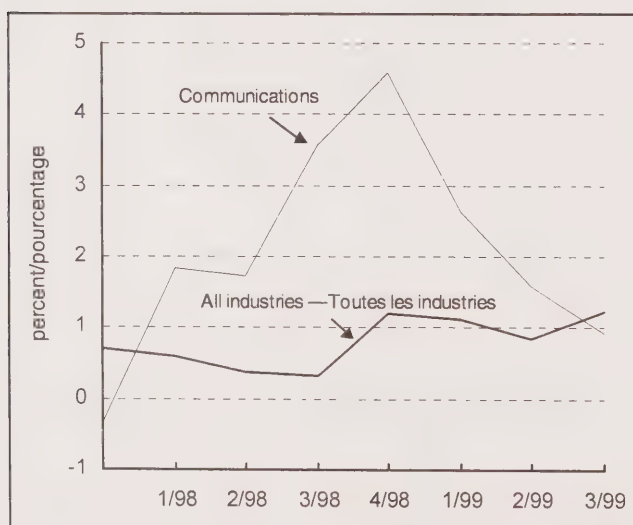


Chart A5. Output of communications group of industries

Graphique A5. Production du groupe des communications

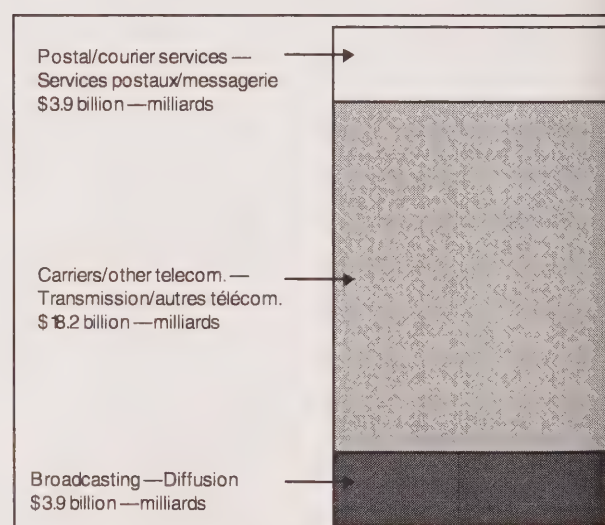


Table A2. Information and cultural industries, employment

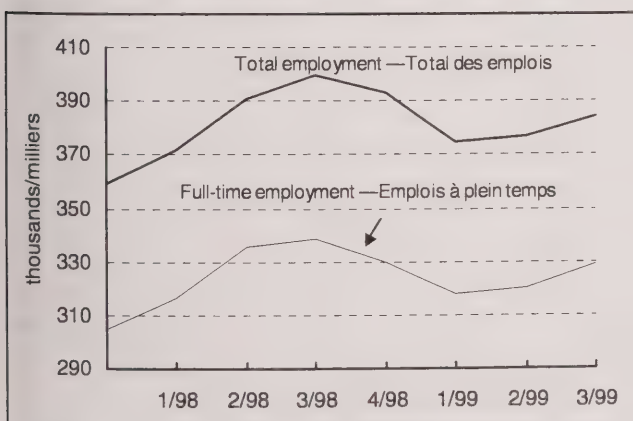
Tableau A2. Industrie de l'information et industrie culturelle, emploi

1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment						Emploi			
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	83	80	79	75	73	77	81	84	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	27	29	30	28	32	42	43	43	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	3	4	4	4	4	4	4	5	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	59	66	64	59	58	57	55	58	Radiotélévision
Telecommunications services	153	159	182	193	182	160	156	153	Services de télécommunications
Information/data processing	35	35	33	40	44	34	38	40	Information/traitement des données
Total	360	372	391	400	393	375	377	384	Total
Full-time	305	317	336	338	329	318	320	329	Plein temps
Part-time	55	55	55	61	64	57	57	55	Temps partiel

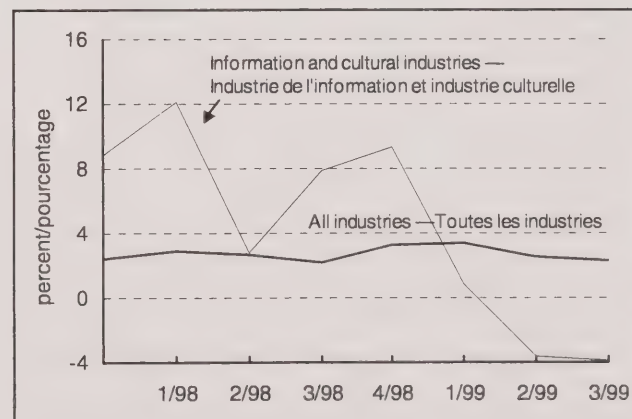
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	1.6	0.4	-11.5	-12.2	-12.5	-3.0	2.8	12.0	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	3.1	18.9	-23.9	-27.1	18.6	44.3	43.3	51.9	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	16	56.5	-22.4	-9.5	44.8	16.7	5.3	31.6	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	10.9	46.1	24.5	16.7	-1.7	-12.7	-13.4	-2.4	Radiotélévision
Telecommunications services	13.2	6.3	10.3	21.1	19.0	0.9	-14.4	-20.6	Services de télécommunications
Information/data processing	10.2	12.4	5.5	25.2	27.4	-3.1	15.9	-0.7	Information/traitement des données
Total	8.9	12.1	2.8	7.8	9.3	0.8	-3.6	-3.9	Total
Full-time	7.9	13.6	4.0	5.6	8.0	0.5	-4.7	-2.7	Plein temps
Part-time	15.4	4.3	-4.2	22.2	16.3	2.5	2.9	-10.1	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	2.3	Total
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel

Chart A6. Employment¹Graphique A6. Emploi¹

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart A7. Employment growth rates²Graphique A7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table A3. Communications, average wages and salaries

Tableau A3. Communications, rémunération

1997		1998				1999		
IV		I	II	III	IV	I	II	III
current dollars per year — dollars courants par année								
All employees								Tous les employés
Broadcasting	44,066	43,551	43,268	42,936	42,710	43,101	43,614	43,386
Carriers/other telecom.	44,888	44,893	44,782	44,279	43,629	44,240	43,340	43,673
Postal/courier services	26,738	27,048	27,349	27,232	27,084	27,797	29,000	28,889
Total communications	37,624	36,876	36,874	36,571	36,167	36,824	37,090	37,212
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843
								Économie totale

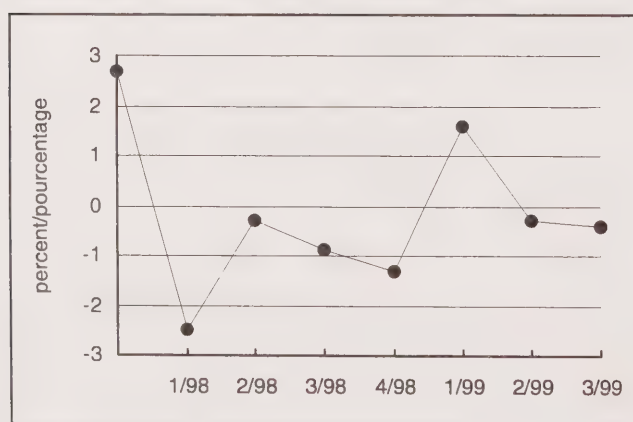
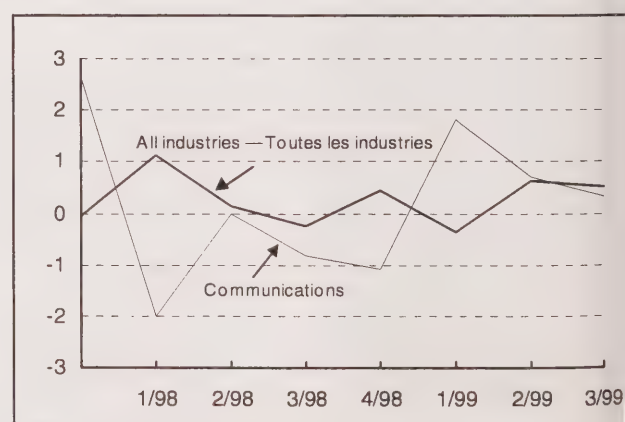
Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)							Taux de variation (%)		
Broadcasting	1.3	-1.2	-0.6	-0.8	-0.5	0.9	1.2	-0.5	Diffusion
Carriers/other telecom.	0.9	0.0	-0.2	-1.1	-1.5	1.4	-2.0	0.8	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.7	1.2	1.1	-0.4	-0.5	2.6	4.3	-0.4	Services postaux/messagerie
Total communications	2.7	-2.0	0.0	-0.8	-1.1	1.8	0.7	0.3	Total communications
CPI-adjusted rates of change (%)									
Broadcasting	1.4	-1.7	-0.9	-0.9	-0.7	0.6	0.1	-1.2	Diffusion
Carriers/other telecom.	1.0	-0.5	-0.5	-1.2	-1.6	1.1	-3.1	0.1	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.7	0.6	0.8	-0.5	-0.7	2.4	3.2	-1.1	Services postaux/messagerie
Total communications	2.7	-2.5	-0.3	-0.9	-1.3	1.6	-0.3	-0.4	Total communications
Nominal growth rates (%)									
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5	Économie totale

Chart A8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in communications

Graphique A8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les communications

Chart A9. Wage and salary growth rates¹Graphique A9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Finance and Insurance
Industries**

Finance et assurances

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

B. Finance and Insurance Industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Finance and Insurance section covers establishments primarily engaged in financial transactions, or in facilitating financial transactions. Included are establishments that are primarily engaged in: financial intermediation; the pooling of risk by underwriting annuities and insurance; and/or providing specialized services that facilitate or support financial intermediation, insurance and employee benefit programs.

Please note that, compared to previous issues of *Services Indicators*, a major difference in coverage for this section is that it now excludes data for the real estate services industry. These data can instead be located in the Other Services Industries section.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

B. Finance et assurances

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de la finance et des assurances couvre les établissements dont l'activité principale consiste à effectuer des opérations financières ou à en faciliter l'exécution. Sont compris les établissements dont l'activité principale est l'intermédiation financière, la mise en commun des risques par la souscription des contrats d'assurance de rente et à d'autres formes de contrats d'assurance, et(ou) la fourniture de services spécialisés qui facilitent ou complètent des programmes d'intermédiation financière, d'assurance et d'avantages sociaux.

Il convient de souligner que, par rapport aux numéros précédents d'*Indicateurs des services*, on a modifié considérablement la couverture de la présente section, puisque celle-ci ne contient plus les données sur les services immobiliers, qui figurent maintenant dans la section consacrée aux autres industries de services.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité est rapportée à celle sous laquelle elle figure.

Monetary Authorities – Central Bank (NAICS 521)

K7011 Central Bank

Autorités monétaires – Banque centrale (SCIAN 521)

K7011 Banque centrale

Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5221)

K7021 Chartered Banks

K7029 Other Banking-Type Intermediaries

K7031* Trust Companies

K7042 Co-operative Mortgage Companies

K7051 Local Credit Unions

K7099 Other Deposit Accepting Intermediaries

Intermédiation financière par le biais de dépôts (SCIAN 5221)

K7021 Banques à charte

K7029 Autres intermédiaires de type de bancaire

K7031* Sociétés de fiducie

K7042 Fiducies coopératives de prêt hypothécaire

K7051 Caisses locales d'épargne et de crédit

K7099 Autres intermédiaires de dépôts

Non-Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5222)

K7111 Consumer Loan Companies

K7121 Sales Finance Companies

K7122 Credit Card Companies

K7123 Factoring Companies

K7124* Financial Leasing Companies

K7129 Other Business Financing Companies

K7221 Mortgage Investment Companies

K7229 Other Mortgage Companies

J6591* Second-Hand Merchandise Stores n.e.c.
(pawnshops)**Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts (SCIAN 5222)**

K7111 Sociétés de prêt à la consommation

K7121 Sociétés de financement des ventes

K7122 Sociétés de cartes de crédit

K7123 Sociétés d'affacturage

K7124* Sociétés de crédit-bail

K7129 Autres sociétés de financement des entreprises

K7221 Sociétés de placement hypothécaire

K7229 Autres sociétés de prêt hypothécaire

J6591* Magasins de marchandises d'occasion n.c.a. (prêteurs
sur gage)**Mortgage and Non-mortgage Loan Brokers (NAICS 5223)**

K7052 Central Credit Unions

K7421 Mortgage Brokers

K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

Courtiers en prêt hypothécaire et non hypothécaire (SCIAN 52231)

K7052 Caisses centrales d'épargne et de crédit

K7421 Courtiers en prêts hypothécaires

K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Securities, Commodity Contracts, and Other Financial Investment Activities (NAICS 523)

K7031* Trust Companies

K7125 Venture Capital Companies

K7211* Investment (Mutual) Funds

K7212* Retirement Savings Funds

K7214 Investment Companies

K7222* Real Estate Investment Trusts

Valeurs mobilières, contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier connexes (SCIAN 523)

K7031* Sociétés de fiducie

K7125 Société de capital à risque

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)

K7212* Fonds d'épargne-retraite

K7214 Sociétés d'investissement

K7222* Fiducies de placement immobilier

K7291* Trusteed Pension Funds
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.
 K7411 Investment Dealers
 K7412 Stock Brokers
 K7413 Commodity Brokers
 K7431 Stock Exchanges
 K7432 Commodity Exchanges
 K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Insurance Carriers (NAICS 5241)

K7311 Life Insurers
 K7321 Deposit Insurers
 K7331* Health Insurers
 K7339* Other Property & Casualty Insurers

Insurance Agencies and Brokerages (NAICS 5242)

L7611* Insurance & Real Estate Agencies
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Pension Funds (NAICS 5261)

K7213* Segregated Funds
 K7291* Trusteed Pension Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Other Funds and Financial Vehicles (NAICS 5269)

K7211* Investment (Mutual) Funds
 K7212* Retirement Savings Funds
 K7213* Segregated Funds
 K7222* Real Estate Investment Trusts
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Employment data for NAICS categories 521 and 526 are not shown in this section because they are suppressed. This occurs whenever an industry's employment is estimated to be less than 1,500.

K7291* Caisses de retraite en fiducie
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.
 K7411 Négociations de titres
 K7412 Courtiers boursiers
 K7413 Courtiers en marchandises
 K7431 Bourses des valeurs
 K7432 Bourses des marchandises
 K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Sociétés d'assurance (SCIAN 5241)

K7311 Sociétés d'assurance-vie
 K7321 Sociétés d'assurance-dépôt
 K7331* Sociétés d'assurance-santé
 K7339* Autres sociétés d'assurance-biens et services divers

Agences et courtiers d'assurances et autres activités liées à l'assurance (SCIAN 5242)

L7611* Agences d'assurances et agences immobilières
 M7799* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Caisses de retraite (SCIAN 5261)

K7213* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7291* Fonds d'épargne-retraite
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Autres fonds et instruments financiers (SCIAN 5269)

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7212* Fonds d'épargne-retraite
 K7213* Caisses séparées
 K7222* Fiducies de placement immobilier
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Les données sur l'emploi pour catégories les 521 et 526 du SCIAN ne figurent pas dans cette section parce qu'elles ont été supprimées. Cela se produit lorsqu'on estime que l'emploi d'une industrie sera inférieur à 1,500.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Chartered Banks and Other Deposit-Accepting Institutions (701, 702, 709)

Trust Companies and Deposit-Accepting Mortgage Companies (703, 704)

Credit Unions (705)

Insurance (73)

Other Financial Intermediaries (71, 72, 74)

Real Estate Operators (except Developers) (75)

Insurance and Real Estate Agents (76)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Banques à charte et autres intermédiaires financiers de dépôts (701, 702, 709)

Sociétés de fiducie et sociétés de prêt hypothécaire des dépôts (703, 704)

Caisses d'épargne et de crédit (705)

Assurances (73)

Autres intermédiaires financiers (71, 72, 74)

Services immobiliers (sauf les lotisseurs) (75)

Agences d'assurances et agences immobilières (76)

Finance and Insurance

Highlights — 3rd Quarter 1999

- After a buoyant second quarter, output in the finance, insurance and real estate sector rose by a more moderate 0.6% this quarter. This was half the GDP growth rate that was posted in the overall economy.
- Real estate and insurance agents' output shrank by 2.0% in the third quarter. However, this contraction was minor relative to the industry's 7.5% surge in GDP during the previous quarter. Meanwhile, rapid GDP increases this quarter occurred in the other financial intermediaries industry (+2.2%) and the insurance industry (+1.6%). Banking output rose by a lesser 0.4% this quarter.
- The finance, insurance and real estate sector's GDP was 2.2% higher this quarter than it was four quarters ago. This was less than half the 4.5% growth rate for the entire economy during the same period. Compared to one year ago, the sharpest output increase occurred in the other financial intermediaries industry, where the GDP soared by 10.4%. The real estate and insurance agents industry saw its output rise by a more modest 3.1%. The output of banks was little changed compared to four quarters ago, but the GDP of credit unions fell by 0.8%.
- Average wages and salaries in the finance, insurance and real estate sector dipped by 0.9% this quarter, even though they rose slightly (by 0.5%) in the economy as a whole. Nevertheless, the sector's average wage and salary (\$39,538) is still 24% higher than the average for the overall economy.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 7.7%
Salaries	↓ 0.9%
GDP	↑ 0.6%

* From same quarter last year.

Finance et assurances

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Après un deuxième trimestre d'activité soutenue, l'activité dans le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a été plus modérée au troisième trimestre. La production a ainsi augmenté de 0,6 %, ce qui est deux fois moins élevé que l'accroissement du PIB pour l'ensemble de l'économie.
- Au troisième trimestre, la production des agents immobiliers et des agents d'assurance a reculé de 2,0 %, il s'agit toutefois d'un faible recul lorsqu'on le compare à l'accroissement de 7,5 % du trimestre précédent. Pendant ce temps, le PIB a augmenté de 2,2 % dans les autres intermédiaires financiers et de 1,6 % dans le secteur des assurances. La croissance des banques a été plus modeste, à 0,4 %.
- Depuis le troisième trimestre de 1998, le PIB du groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a progressé de 2,2 %; ce gain correspond à moins de la moitié du taux de croissance relevé pour l'ensemble de l'économie, durant cette même période (4,5 %). Durant cette période d'un an, le secteur des autres intermédiaires financiers est celui qui a affiché la plus forte hausse, son PIB faisant un bond de 10,4 %. La hausse a été plus modeste du côté des agents immobiliers et des agents d'assurance (3,1 %). Enfin, la production des banques est demeurée pratiquement inchangée, alors que le PIB des coopératives de crédit a reculé de 0,8 %.
- La rémunération moyenne dans le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a reculé de 0,9 % au troisième trimestre, alors qu'elle a légèrement augmenté (+0,5 %) dans l'ensemble de l'économie. Malgré ce recul, la rémunération moyenne dans ce secteur (39 538 \$) demeure 24 % plus élevée que la moyenne pour l'ensemble de l'économie.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 7,7 %
Rémunération	↓ 0,9 %
PIB	↑ 0,6 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- This quarter's 0.9% remuneration decline was primarily due to drops in the other financial intermediaries industry (-2.6%), and the insurance industry (-1.7%). These drops were partially offset by a 1.1% average remuneration increase for the employees of chartered banks.
- This quarter's remuneration decline followed three straight quarters of increases for the finance, insurance and real estate sector. As a result, the sector's average wage and salary is now 1.5% higher than it was in the third quarter of 1998. This was slightly higher than the all-industry growth rate. Since last year, average remuneration rose especially rapidly in chartered banks (+4.1%). In contrast, a 7.0% drop was recorded for the other financial intermediaries industry.
- For the fifth consecutive quarter, the workforce of the finance and insurance industries expanded. Over the past five quarters 70,000 jobs were created — 85% of which were full-time positions. Job gains over the past five quarters were highest in the depository credit intermediation industry (+30,000), and the securities and commodity contract services industry (+23,000).
- During the third quarter the finance and insurance industries created 11,000 jobs, mostly full-time. As was the case during the past five quarters, most of the jobs created this quarter were in the depository credit intermediation industry and the securities and commodity contract services industry.
- Cette baisse de 0,9 % au troisième trimestre est le résultat principalement des réductions enregistrées dans le secteur des autres intermédiaires financiers (-2,6 %), et celui des assurances (-1,7 %). Ces reculs ont été partiellement neutralisés par une hausse de 1,1 % de la rémunération moyenne des employés des banques.
- La diminution de la rémunération au troisième trimestre survient après trois trimestres consécutifs à la hausse pour le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier, ce qui explique que la rémunération moyenne dans ce groupe ait malgré tout augmenté de 1,5 % depuis le troisième trimestre de 1998, soit dans une proportion légèrement supérieure au taux de croissance pour l'ensemble l'économie. En un an, la rémunération moyenne s'est accrue particulièrement rapidement dans les banques (+4,1 %); par contre, elle a reculé de 7,0 % chez les autres intermédiaires financiers.
- Pour un cinquième trimestre consécutif, l'emploi dans le groupe de la finance et des assurances a continué de progresser, portant à 70 000 le nombre d'emplois créés au cours des cinq derniers trimestres (dont 85 % sont des emplois à temps plein). Les augmentations les plus marquées ont été observées dans le secteur des services d'intermédiation financière par le biais de dépôts (+30 000) et celui des services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises (+23 000).
- Au troisième trimestre, 11 000 emplois — pour la plupart à temps plein — ont été créés dans le groupe de la finance et des assurances. Comme pour les cinq trimestres précédents, la plupart de ces nouveaux emplois ont été créés dans les secteurs des services d'intermédiation financière par le biais de dépôts et des services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

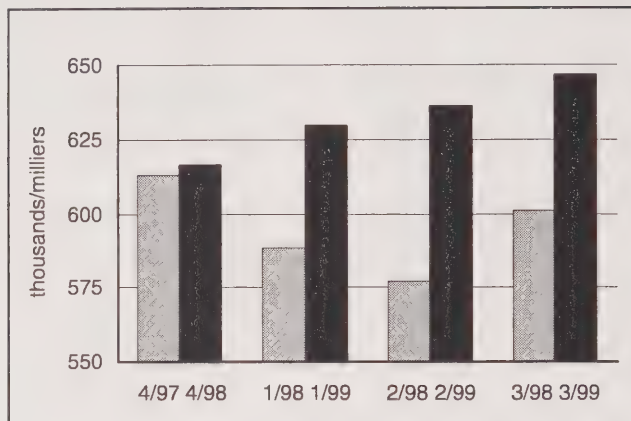


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

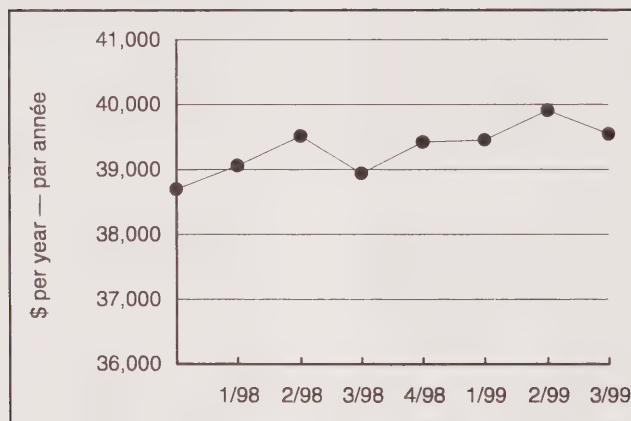


Chart B3. GDP

Graphique B3. PIB

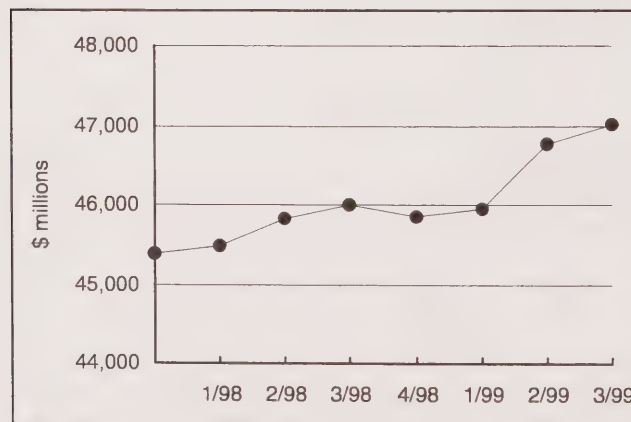


Table B1. Finance, insurance and real estate, annualized GDP at factor cost**Tableau B1. Finance, assurances et services immobiliers, PIB annualisé au coût des facteurs**

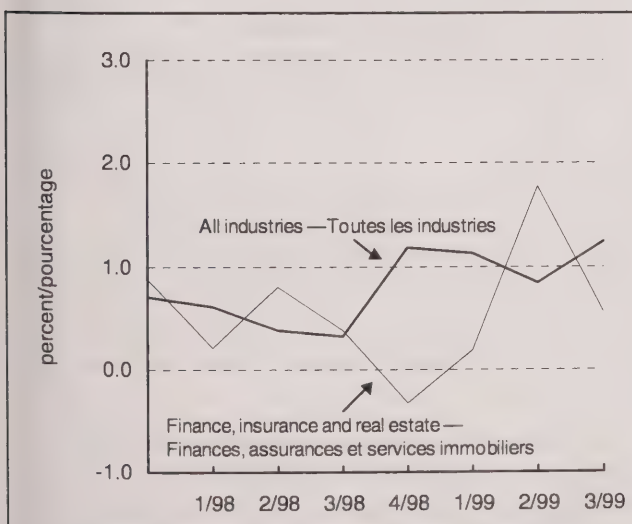
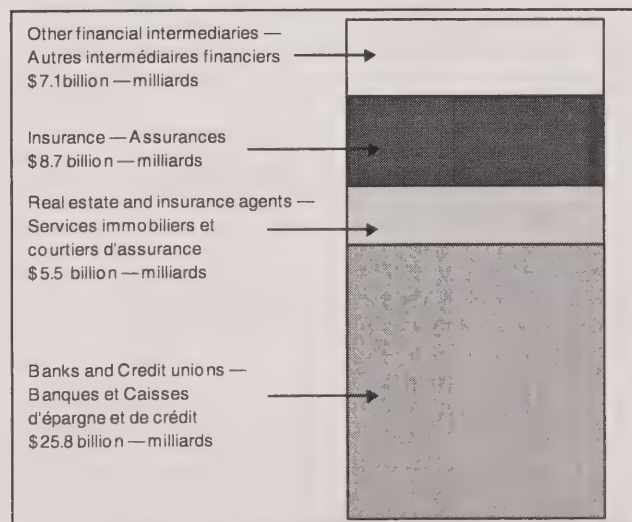
1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Banks*	23,609	23,872	24,120	24,241	24,223	23,999	24,193	24,278	Banques*
Credit unions	1,532	1,524	1,521	1,532	1,540	1,542	1,517	1,520	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	8,582	8,541	8,474	8,508	8,561	8,557	8,524	8,657	Assurances
Other finan. intermediaries	6,427	6,400	6,439	6,430	6,415	6,664	6,949	7,100	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	5,228	5,136	5,280	5,296	5,116	5,181	5,572	5,458	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	45,378	45,473	45,834	46,007	45,855	45,943	46,755	47,013	Total du groupe
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Banks*	2.2	1.1	1.0	0.5	-0.1	-0.9	0.8	0.4	Banques*
Credit unions	-0.1	-0.5	-0.2	0.7	0.5	0.1	-1.6	0.2	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-0.4	-0.5	-0.8	0.4	0.6	0.0	-0.4	1.6	Assurances
Other finan. intermediaries	0.7	-0.4	0.6	-0.1	-0.2	3.9	4.3	2.2	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	-2.3	-1.8	2.8	0.3	-3.4	1.3	7.5	-2.0	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	0.9	0.2	0.8	0.4	-0.3	0.2	1.8	0.6	Total du groupe
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Banks*	3.32	3.34	3.36	3.36	3.32	3.25	3.25	3.22	Banques*
Credit unions	0.22	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.20	0.20	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	1.21	1.19	1.18	1.18	1.17	1.16	1.15	1.15	Assurances
Other finan. intermediaries	0.90	0.89	0.90	0.89	0.88	0.90	0.93	0.94	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	0.73	0.72	0.73	0.73	0.70	0.70	0.75	0.72	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	6.38	6.35	6.38	6.38	6.29	6.23	6.29	6.24	Total du groupe

* Includes the central bank, banks and other deposit accepting institutions.

* Inclut la banque centrale, les banques et les autres établissements de dépôts.

Chart B4. GDP nominal growth rates**Graphique B4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries****Graphique B5. Production du groupe de finance, assurances et services immobiliers**

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B2. Finance and insurance industries, employment

Tableau B2. Finance et assurances, emploi

	1997	1998					1999			
	IV	I	II	III	IV		I	II	III	
thousands — milliers										
Employment										Emploi
Depository credit intermediation	296	286	279	296	308		307	304	309	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	19	18	20	22	24		18	19	20	Intermédiation financière non par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	5	5	4	5	6		8	9	10	Activités liées à l'intermédiation
Securities/commodity contracts	80	82	77	79	84		89	95	100	Valeurs mobil./contrats de mar
Insurance services	211	196	195	198	193		204	204	207	Assurances
Total	613	588	577	601	616		629	636	647	Total
Full-time	536	520	508	528	535		552	558	567	Plein temps
Part-time	78	69	69	73	82		77	78	80	Temps partiel
Self employment*	54	47	43	50	51		54	60	67	Travail autonome*

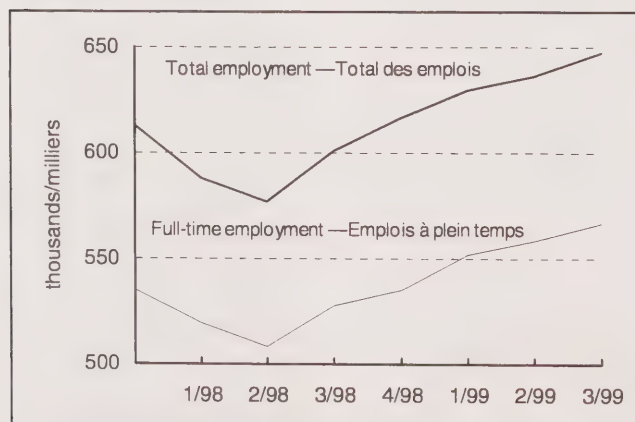
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

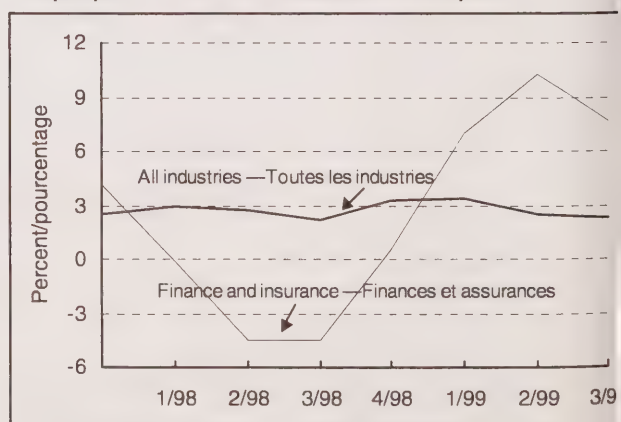
Rates of change (%)							Taux de variation (%)			
Depository credit intermediation	-2.8	-6.8	-7.1	-2.0	3.9		7.2	8.8	4.5	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	-1.1	-3.7	4.6	8.5	29.2		-3.8	-6.4	-8.3	Intermédiation financière non par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	47.2	65.5	-14.6	-30.3	5.7		56.3	119.5	117.4	Activités liées à l'intermédiation
Securities/commodity contracts	38.1	50.2	15.0	-3.9	4.6		8.8	24.0	27.1	Valeurs mobil./contrats de mar
Insurance services	4.5	-4.4	-8.0	-9.1	-8.7		4.3	4.6	4.7	Assurances
Total	4.1	-0.1	-4.5	-4.5	0.5		7.0	10.2	7.7	Total
Full-time	4.6	1.7	-4.2	-4.0	-0.1		6.3	9.9	7.4	Plein temps
Part-time	0.8	-11.8	-6.2	-8.1	4.9		12.5	12.7	9.4	Temps partiel
Self employment*	14.7	-8.9	-27.6	-20.6	-4.6		14.3	38.6	35.1	Travail autonome*
Overall economy growth rates (%)							Taux de croissance de l'économie totale (%)			
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2		3.4	2.5	2.3	Total
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2		3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3		2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel
Self-employment	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8		6.7	4.8	-0.2	Travail autonome

* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart B6. Employment¹Graphique B6. Emploi¹

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

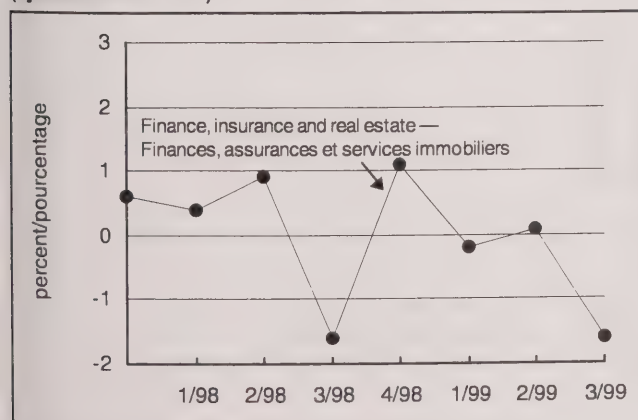
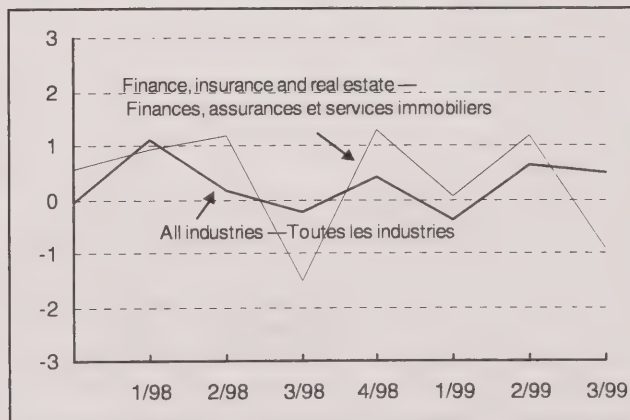
Chart B7. Employment growth rates²Graphique B7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'an précédente.

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B3. Finance, insurance and real estate, average wages and salaries**Tableau B3. Finance, assurances et services immobiliers, rémunération**

	1997	1998				1999				
	IV	I	II	III	IV	I	II	III		
All employees		current dollars per year — dollars courants par année								Tous les employés
Chartered banks	35,105	35,465	35,480	35,542	35,984	35,965	36,609	36,994	Banques à charte	
Trust/mortg. companies	35,577	35,760	36,068	35,898	36,382	36,187	36,507	36,837	Sociétés de fiducie et hypoth.	
Credit unions	33,755	35,080	35,407	35,841	36,114	35,477	36,313	36,282	Caisses d'épargne et crédit	
Insurance	43,443	45,400	47,091	46,164	46,383	47,610	47,858	47,030	Assurances	
Other finan. intermediaries	51,690	50,985	51,992	50,502	49,283	48,071	48,234	46,956	Autres interm. financiers	
Real estate operators	29,802	29,334	28,724	28,852	30,250	30,280	30,471	30,111	Services immobiliers	
Agents (ins. & real est.)	35,821	36,161	36,628	36,449	36,435	36,611	36,994	36,809	Agences (assur./immob.)	
Total	38,701	39,066	39,528	38,935	39,434	39,449	39,911	39,538	Total	
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843	Économie totale	
Analytical table — Tableau analytique										
Rates of change (%)		from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Taux de variation (%)
Chartered banks	1.6	1.0	0.0	0.2	1.2	-0.1	1.8	1.1	Banques à charte	
Trust/mortg. companies	0.4	0.5	0.9	-0.5	1.3	-0.5	0.9	0.9	Sociétés de fiducie et hypoth.	
Credit unions	1.8	3.9	0.9	1.2	0.8	-1.8	2.4	-0.1	Caisses d'épargne et crédit	
Insurance	2.0	4.5	3.7	-2.0	0.5	2.6	0.5	-1.7	Assurances	
Other finan. intermediaries	-0.6	-1.4	2.0	-2.9	-2.4	-2.5	0.3	-2.6	Autres interm. financiers	
Real estate operators	-1.5	-1.6	-2.1	0.4	4.8	0.1	0.6	-1.2	Services immobiliers	
Agents (ins. & real est.)	-0.9	0.9	1.3	-0.5	0.0	0.5	1.0	-0.5	Agences (assur./immob.)	
Total	0.6	0.9	1.2	-1.5	1.3	0.0	1.2	-0.9	Total	
CPI-adjusted rates of change (%)										Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Chartered banks	1.7	0.5	-0.2	0.1	1.1	-0.3	0.7	0.3	Banques à charte	
Trust/mortg. companies	0.4	0.0	0.6	-0.6	1.2	-0.8	-0.2	0.2	Sociétés de fiducie et hypoth.	
Credit unions	1.9	3.4	0.7	1.1	0.6	-2.0	1.3	-0.8	Caisses d'épargne et crédit	
Insurance	2.1	3.9	3.5	-2.1	0.3	2.4	-0.5	-2.4	Assurances	
Other finan. intermediaries	-0.6	-1.9	1.7	-3.0	-2.6	-2.7	-0.7	-3.3	Autres interm. financiers	
Real estate operators	-1.5	-2.1	-2.3	0.3	4.7	-0.2	-0.4	-1.9	Services immobiliers	
Agents (ins. & real est.)	-0.8	0.4	1.0	-0.6	-0.2	0.2	0.0	-1.2	Agences (assur./immob.)	
Total	0.6	0.4	0.9	-1.6	1.1	-0.2	0.1	-1.6	Total	
Nominal growth rates (%)										Taux de croissance nom. (%)
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5	Économie totale	

Chart B8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted)**Graphique B8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC)****Chart B9. Wage and salary growth rates¹****Graphique B9. Taux de croissance de la rémunération¹**

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

See definitions and concepts at the end of publication

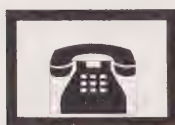
Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication



Analytical Studies Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Professional, Scientific
and Technical Services
Industries**

**Services professionnels,
scientifiques et
techniques**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

C. Professional, Scientific and Technical Services Industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Professional, Scientific and Technical Services section offers coverage of establishments primarily engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider, and expertise is what each of these industries sells. The distinguishing feature of this sector is that most of its industries have production processes that are wholly dependent on worker skills, therefore equipment and materials are relatively less important. Nevertheless, this section's industry coverage resembles that which was offered in the business services sections of previous issues of *Services Indicators*.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

C. Services professionnels, scientifiques et techniques

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, nous avons modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques comprend les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de service, et l'expertise est ce que vend chacun de ces établissements. Ce secteur se distingue par le fait qu'il comprend surtout des établissements dont les procédés de production dépendent entièrement des compétences des employés et dans lesquels le matériel et l'outillage jouent un rôle relativement moins important. Néanmoins, la couverture de ce secteur est semblable à celle des sections sur les services aux entreprises des numéros antérieurs d'*Indicateurs des services*.

Vous trouverez la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quand une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Legal Services (NAICS 5411)

M7761* Offices Of Lawyers & Notaries

M7799* Other Business Services n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

Services juridiques (SCIAN 5411)

M7761* Études d'avocats et de notaires

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Accounting, Tax Preparation, Bookkeeping and Payroll Services (NAICS 5412)

M7731 Offices Of Chartered & Certified Accountants

M7739* Other Accounting & Bookkeeping

Services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paie (SCIAN 5412)

M7731 Bureaux de comptables et d'experts-comptables

M7739* Autres services de comptabilité et de tenue de livres

Architectural, Engineering and Related Services (NAICS 5413)

A0229* Other Services Inc to Agricultural Crops

F4499* Other Services Inc. to Construction n.e.c.

G4513* Non-Scheduled Air Transport Specialty Service

M7751 Offices Of Architects

M7752 Offices Of Engineers

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

P8684* Public Health Laboratories

Architecture, génie et services connexes (SCIAN 5413)

A0229* Autres services relatifs aux cultures

F4499* Autres services relatifs à la construction n.c.a.

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)

M7751 Bureaux d'architectes

M7752 Bureaux d'ingénieurs

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

P8684* Laboratoires de santé publique

Specialized Design Services (NAICS 5414)

M7749* Other Advertising Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Services spécialisés de design (SCIAN 5414)

M7749* Autres services de publicité

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Computer Systems Design and Related Services (NAICS 5415)

M7721* Computer Services

Conception de systèmes informatiques et services connexes (SCIAN 5415)

M7721* Services d'informatique

Management, Scientific and Technical Consulting Services (NAICS 5416)

A0231* Agricultural Management & Consulting Services

M7711* Employment Agencies

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Scientific Research and Development Services (NAICS 5417)

A0239* Other Services Inc. to Agriculture n.e.c.

B0321* Services Incidental to Fishing

M7759* Other Scientific & Technical Services

O8599* Other Educational Services

P8693 Health Care Research Agencies

P8694* Social Service Planning & Advocacy Agencies

R9999* Other Services n.e.c.

Advertising and Related Services (NAICS 5418)

M7741 Advertising Agencies

M7742 Media Representatives

M7743 Outdoor Display & Billboard Advertising

M7749* Other Advertising Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Other Professional, Scientific and Technical Services (NAICS 5419)

A0211 Veterinary Services

M7749* Other Advertising Services

Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (SCIAN 5416)

A0231* Services de gestion agricole d'experts-conseils

M7711* Bureaux de placement

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7771* Bureaux de conseils en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Services de recherche et de développement scientifiques (SCIAN 5417)

A0239* Autres services relatifs à l'agriculture n.c.a.

B0321* Services relatifs à la pêche

M7759* Autres services scientifiques et techniques

O8599* Autres services d'enseignement

P8693 Organismes de recherche pour les soins de santé

P8694* Organismes de planification et de soutien des services sociaux

R9999* Autres services n.c.a.

Publicité et services connexes (SCIAN 5418)

M7741 Agences de publicité

M7742 Représentants de médias

M7743 Étalages et panneaux d'affichage publicitaire en extérieur

M7749* Autres services de publicité

M7771* Bureaux de conseil en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Autres services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 5419)

A0211 Services vétérinaires

M7749* Autres services de publicité

M7759* Other Scientific & Technical Services**M7759* Autres services scientifiques et techniques****M7799* Other Business Services n.e.c.****M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.****R9931 Photographers****R9931 Photographes**

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)**Classification type des industries pour établissements (CTI-E)**

Computer and Related Services (772)

Services informatiques et services connexes (772)

Accounting and Bookkeeping Services (773)

Services de comptabilité (773)

Advertising Services (774)

Services de publicité (774)

Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services (775)

Bureaux d'architectes, d'ingénieurs et autres services scientifiques et techniques (775)

Offices of Lawyers and Notaries (776)

Cabinets d'avocats et de notaires (776)

Miscellaneous Business Services (771, 777, 779)

Services divers fournis aux entreprises (771, 777, 779)

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Highlights — 3rd Quarter 1999

- This quarter's GDP growth rate of 1.6% in the business services industries surpassed the 1.2% rate for the whole economy. Growth was largely propelled by continued expansion in the computer services industry, where output rose 4.7% this quarter. There was also a 2.0% increase in the GDP for miscellaneous business services industries. In contrast, output fell by 1.9% in the advertising services industry. As well, GDP for the architectural, engineering and other scientific and technical services industry declined 1.3%, the third straight quarter in which this industry's output has fallen.
- This marked the fourth consecutive quarter in which the business services GDP growth rate exceeded that for the overall economy. During this period business services output grew by 8.1%, nearly twice the robust 4.5% rate for the whole economy. However, this rapid growth was not equally spread over the business services industries. For example, output for the computer services industry soared 25.1% compared to four quarters ago, while there were GDP contractions in the architectural, engineering and other scientific and technical services industry (-3.7%) and the advertising services industry (-0.7%).
- Average wages and salaries in the third quarter rose most rapidly in the management consulting industry (+2.1%). For the sixth straight quarter an increase was recorded for the computer services industry (+1.3%). Meanwhile, there was a 1.1% decline in the architectural, engineering and other scientific and technical services industry. This marked the fourth quarter in the last six in which the industry has posted a decline.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↓ 1.6%
Salaries	↑ 0.7%
GDP	↑ 1.6%

* From same quarter last year.

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Au troisième trimestre, le PIB du groupe des services aux entreprises a progressé de 1,6 %, dépassant ainsi la croissance pour l'ensemble de l'économie (1,2 %). Cette croissance a été largement favorisée par l'expansion continue du secteur des services informatiques dont la production a augmenté de 4,7 % ce trimestre-ci; le PIB a aussi augmenté de 2,0 % dans le secteur des services divers aux entreprises. À l'inverse, un recul de 1,9 % a été observé pour les services de publicité; le PIB du secteur des services d'architecture, de génie et des autres services scientifiques et techniques a lui aussi diminué, d'un tiers de 1,3 %, ceci constituant une troisième baisse trimestrielle consécutive pour ce secteur.
- Il s'agit du quatrième trimestre consécutif où le PIB du groupe des services aux entreprises progresse à un rythme supérieur à celui de l'ensemble de l'économie. Durant cette période d'un an, la production de ce groupe s'est accrue de 8,1 %, ce qui est près de deux fois supérieur à la hausse appréciable de 4,5 % pour l'ensemble de l'économie. Cependant, cette croissance rapide n'a pas été répartie uniformément dans l'ensemble du groupe. Ainsi, la production dans le secteur des services informatiques a fait un bond de 25,1 % en un an, tandis qu'elle a diminué de 3,7 % dans le secteur des services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques et de 0,7 % dans les services de publicité.
- Au troisième trimestre, les employés des services de conseils en gestion sont ceux qui ont bénéficié de la plus forte hausse de la rémunération moyenne (+2,1 %). Une hausse a aussi été enregistrée dans le secteur des services informatiques (+1,3 %), et ce pour un sixième trimestre consécutif. Par contre, la rémunération moyenne a diminué de 1,1 % dans les services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques, ce recul étant pour ce secteur le quatrième durant les six derniers trimestres.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↓ 1,6 %
Rémunération	↑ 0,7 %
PIB	↑ 1,6 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Growth over the past year in average wages and salaries also varied by industry. Strong output growth prompted the largest growth rate to be in computer services (+3.6%). The management consulting (+2.8%) and accounting services (+2.3%) industries also registered increases. In contrast, since last year, average remuneration fell by 1.2% in the offices of lawyers and notaries.
- The workforce of the professional, scientific and technical services sector shrank by 15,000 this quarter, with most of the lost jobs being full-time positions. This was primarily due to job losses in computer systems design (-16,000) and architectural, engineering and related services (-11,000). These losses were only partially negated by added jobs in legal services (+7,000), other professional, scientific and technical services (+6,000) and specialized design services (+4,000).
- Compared to the third quarter of 1998, the business services sector shed 14,000 jobs, despite healthy employment increases in computer systems design and specialized design services. Although overall business services employment dropped, the number of full-time jobs in the sector rose by 7,000. As a result, the proportion of the business services workforce with full-time jobs is now 88%, compared to 86% in the third quarter of 1998.
- Au cours de la dernière année, la hausse de la rémunération moyenne n'a pas été répartie uniformément à l'intérieur du groupe. La croissance la plus marquée (+3,6 %) a été enregistrée dans le secteur des services informatiques, lequel a profité de l'accroissement marqué de la production; la rémunération moyenne a aussi augmenté dans les services de conseils en gestion (+2,8 %) et les services de comptabilité (+2,3 %). En revanche, elle a fléchi de 1,2 % dans les cabinets de notaires et d'avocats.
- Au troisième trimestre, 15 000 emplois — pour la plupart à temps plein — ont été perdus dans le groupe des services professionnels, scientifiques et techniques. Ce recul est dû principalement aux pertes d'emplois dans la conception de systèmes informatiques (-16 000) et dans les services d'architecture, de génie et services connexes (-11 000). Ces pertes n'ont été que partiellement neutralisées par des gains dans les services juridiques (+7 000), les autres services professionnels, scientifiques et techniques (+6 000) et les services de design spécialisés (+4 000).
- Depuis le troisième trimestre de 1998, 14 000 emplois ont été perdus dans le groupe des services aux entreprises, et ce malgré les gains réalisés dans les services de conception de systèmes informatiques et les services spécialisés de design. Bien que le nombre total d'emplois dans le groupe ait diminué, le nombre d'emplois à temps plein a augmenté de 7 000, de sorte que la proportion de travailleurs à temps plein dans ce groupe s'établit maintenant à 88 %, alors qu'elle était de 86 % il y a un an.

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

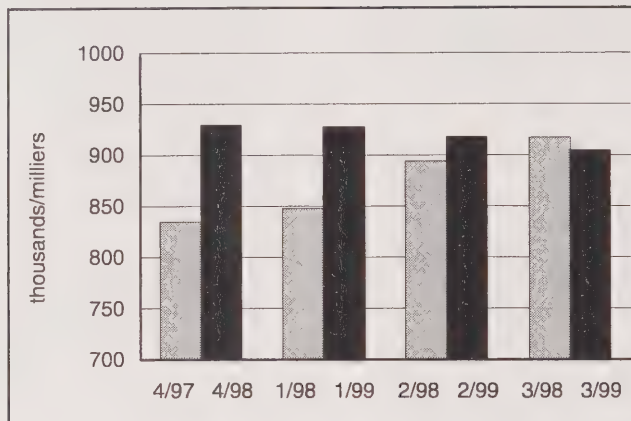


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

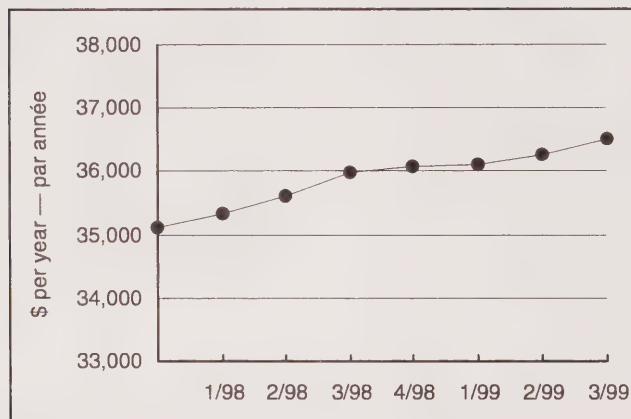


Chart C3. GDP

Graphique C3. PIB

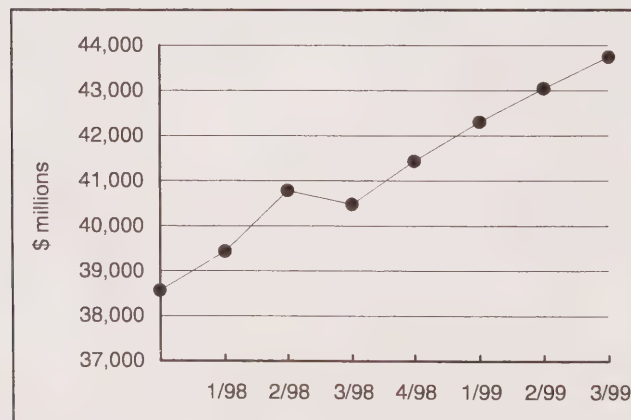
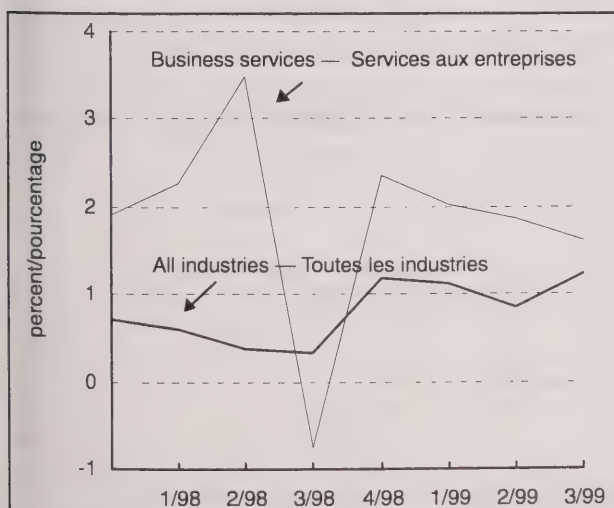
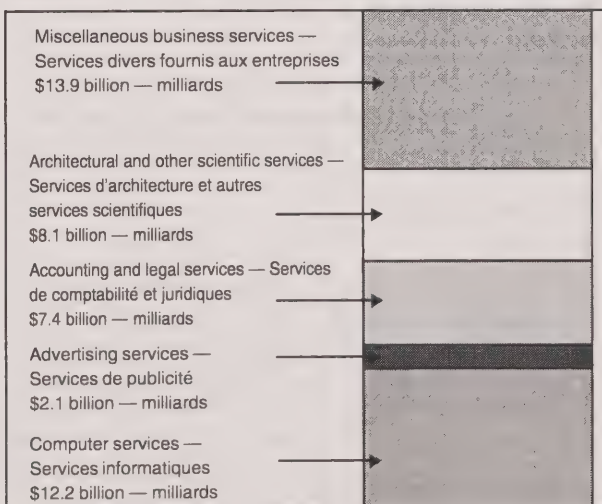


Table C1. Business services, annualized GDP at factor cost**Tableau C1. Services aux entreprises, PIB annualisé au coût des facteurs**

1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Computer services	8,616	8,996	9,258	9,715	10,367	11,027	11,612	12,156	Services informatiques
Advertising services	2,025	2,134	2,138	2,154	2,166	2,171	2,180	2,138	Services de publicité
Architectural and other scientific services	8,338	8,464	8,441	8,460	8,484	8,305	8,251	8,143	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	7,207	7,154	8,164	7,103	7,099	7,266	7,359	7,384	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	12,369	12,681	12,800	13,061	13,327	13,514	13,663	13,937	Services divers aux entreprises*
Total business services	38,555	39,429	40,801	40,493	41,443	42,283	43,065	43,758	Total serv. aux entreprises
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Computer services	2.0	4.4	2.9	4.9	6.7	6.4	5.3	4.7	Services informatiques
Advertising services	3.3	5.4	0.2	0.7	0.6	0.2	0.4	-1.9	Services de publicité
Architectural and other scientific services	2.9	1.5	-0.3	0.2	0.3	-2.1	-0.7	-1.3	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	0.6	-0.7	14.1	-13.0	-0.1	2.4	1.3	0.3	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.7	2.5	0.9	2.0	2.0	1.4	1.1	2.0	Services divers aux entreprises*
Total business services	1.9	2.3	3.5	-0.8	2.3	2.0	1.8	1.6	Total serv. aux entreprises
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Computer services	1.2	1.3	1.3	1.3	1.4	1.5	1.6	1.6	Services informatiques
Advertising services	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	Services de publicité
Architectural and other scientific services	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	Services divers aux entreprises*
Total business services	5.4	5.5	5.7	5.6	5.7	5.7	5.8	5.8	Total serv. aux entreprises

* Includes the following SIC-E's: 771, 777 and 779.

* Comprend les groupes suivants de CTI-E : 771, 777 et 779.

Chart C4. GDP nominal growth rates**Graphique C4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart C5. Output of business services group of industries****Graphique C5. Production des services aux entreprises**

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C2. Professional, scientific and technical services industries, employment

Tableau C2. Services professionnels, scientifiques et techniques, emploi

	1997	1998					1999			
	IV	I	II	III	IV		I	II	III	
Employment		thousands — milliers								Emploi
Legal services	110	110	124	134	120		115	114	121	Services juridiques
Accounting-related services	99	110	114	109	118		130	116	113	Comptabilité et services connexes
Archit./engineering services	156	146	165	174	173		172	175	164	Architecture/génie
Specialized design services	46	48	47	44	45		37	46	50	Services spécialisés de design
Computer systems design	175	181	177	195	202		222	226	210	Conception de syst. informatique
Mngt/sci/tech'l consulting	108	117	127	120	118		110	112	109	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	21	19	17	17	17		26	19	18	Services de R&D scientifiques
Advertising services	67	63	65	67	74		62	60	60	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	54	55	58	58	62		53	52	58	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	835	848	894	917	928		926	918	903	Total
Full-time	700	710	758	789	796		808	809	796	Plein temps
Part-time	136	138	137	129	132		118	109	107	Temps partiel
Self employment*	322	342	355	350	353		353	356	336	Travail autonome*

Analytical table — Tableau analytique

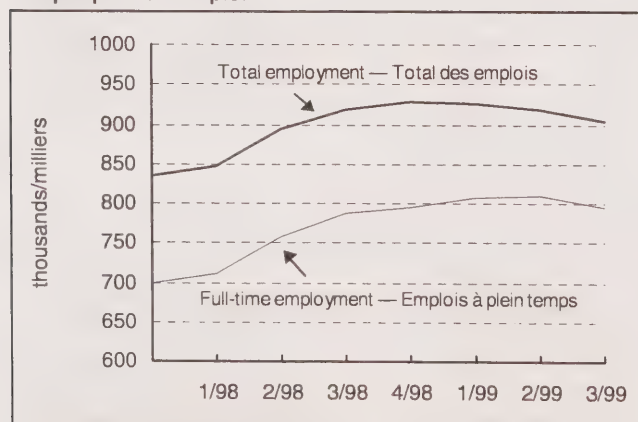
from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)										Taux de variation (%)
Legal services	-4.5	-2.8	9.5	18.2	9.9		3.9	-8.0	-9.8	Services juridiques
Accounting-related services	-8.3	-5.9	3.1	9.8	19.0		18.6	1.4	3.8	Comptabilité et services connexes
Archit./engineer. services	2.6	-4.3	3.2	6.2	10.8		18.3	5.9	-5.5	Architecture/génie
Specialized design services	-11.2	9.2	10.6	-9.5	-2.8		-22.9	-2.1	13.9	Services spécialisés de design
Computer systems design	34.0	24.7	10.1	20.4	15.3		22.6	27.6	7.6	Conception de syst. informatique
Mngt/sci/tech'l consulting	7.5	19.2	35.7	16.4	9.3		-5.8	-11.7	-9.5	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	20.8	6.2	-5.7	-16.4	-18.2		36.2	15.2	7.1	Services de R&D scientifiques
Advertising services	22.9	29.4	13.0	2.2	10.8		-1.9	-7.8	-9.8	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	17.2	22.1	5.6	3.4	13.4		-3.3	-10.7	0.5	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	7.7	8.6	10.2	10.3	11.1		9.2	2.7	-1.6	Total
Full-time	7.1	6.9	9.3	11.1	13.7		13.8	6.8	0.9	Plein temps
Part-time	11.4	18.8	15.7	5.5	-2.5		-14.3	-20.3	-16.7	Temps partiel
Self employment*	13.9	12.6	12.5	7.7	9.8		3.5	0.2	-4.0	Travail autonome*

Overall economy growth rates (%)										Taux de croissance de l'économie globale (%)
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2		3.4	2.5	2.3	Total
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2		3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3		2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel
Self employment	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8		6.7	4.8	-0.2	Travail autonome

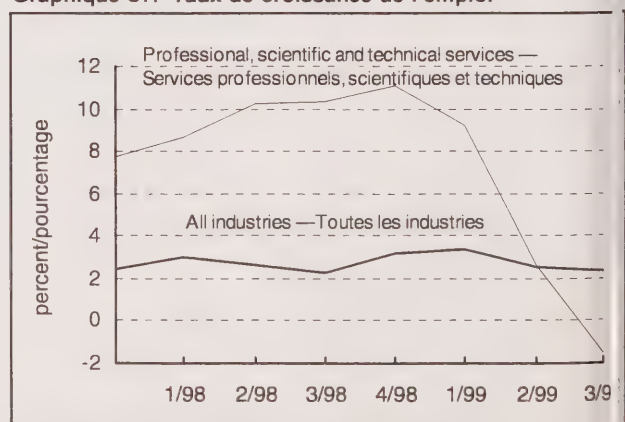
* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart C6. Employment¹Graphique C6. Emploi¹

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

See definitions and concepts at the end of publication

Chart C7. Employment growth rates²Graphique C7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

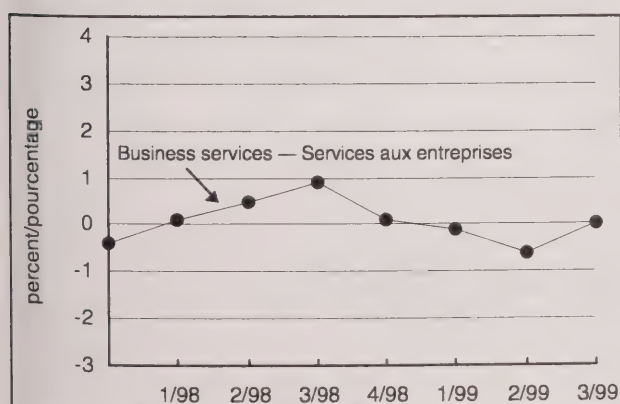
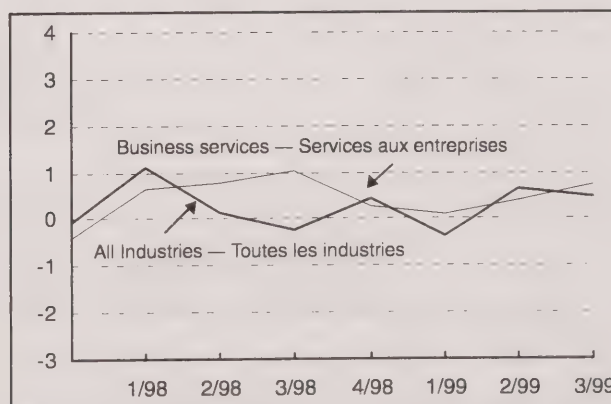
Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

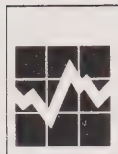
Table C3. Business services, average wages and salaries**Tableau C3. Services aux entreprises, rémunération**

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Employés
Computer services	45,983	45,702	46,262	47,579	47,611	48,157	48,649	49,297	Services informatiques
Accounting services	33,470	32,271	34,014	34,632	34,821	34,040	35,188	35,413	Services de comptabilité
Advertising services	31,670	31,085	31,196	31,562	32,074	32,312	31,970	31,910	Services de publicité
Archit./engin. services	44,282	44,762	44,426	44,212	44,377	44,338	44,680	44,184	Services d'arch./d'ingén.
Lawyers and notaries	35,000	35,482	35,854	36,800	37,059	36,735	36,293	36,363	Avocats et notaires
Employment agencies	24,435	24,726	25,313	25,360	25,506	25,337	25,366	25,521	Bureaux de placement
Mngt. consulting services	36,277	37,388	37,226	37,187	37,253	37,470	37,444	38,244	Bur. de conseils en gestion
Other business services	27,607	27,757	27,624	27,920	27,728	27,618	27,798	28,293	Autres serv. aux entreprises
Total	35,114	35,334	35,604	35,968	36,060	36,104	36,248	36,507	Total
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

Rates of change (%)	from last quarter — par rapport au dernier trimestre							Taux de variation (%)
Computer services	0.4	-0.6	1.2	2.8	0.1	1.1	1.0	1.3
Accounting services	0.3	-3.6	5.4	1.8	0.5	-2.2	3.4	0.6
Advertising services	-1.4	-1.8	0.4	1.2	1.6	0.7	-1.1	-0.2
Archit./engin. services	-0.6	1.1	-0.8	-0.5	0.4	-0.1	0.8	-1.1
Lawyers and notaries	0.9	1.4	1.0	2.6	0.7	-0.9	-1.2	0.2
Employment agencies	-2.0	1.2	2.4	0.2	0.6	-0.7	0.1	0.6
Mngt. consulting services	0.6	3.1	-0.4	-0.1	0.2	0.6	-0.1	2.1
Other business services	-1.1	0.5	-0.5	1.1	-0.7	-0.4	0.7	1.8
Total	-0.4	0.6	0.8	1.0	0.3	0.1	0.4	0.7
CPI-adjusted rates of change (%)								Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Computer services	0.4	-1.1	1.0	2.7	-0.1	0.9	0.0	0.6
Accounting services	0.4	-4.1	5.1	1.7	0.4	-2.5	2.3	-0.1
Advertising services	-1.3	-2.4	0.1	1.1	1.5	0.5	-2.1	-0.9
Archit./engin. services	-0.5	0.5	-1.0	-0.6	0.2	-0.4	-0.3	-1.8
Lawyers and notaries	0.9	0.8	0.8	2.5	0.5	-1.1	-2.2	-0.5
Employment agencies	-2.0	0.6	2.1	0.1	0.4	-0.9	-0.9	-0.1
Mngt. consulting services	0.7	2.5	-0.7	-0.2	0.0	0.3	-1.1	1.4
Other business services	0.1	0.0	-0.7	1.0	-0.9	-0.7	-0.4	1.1
Total	-0.4	0.1	0.5	0.9	0.1	-0.1	-0.6	0.0
Nominal growth rates (%)								Taux nom. de variation (%)
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5
								Économie totale

Chart C8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique C8. Taux de croissance réels (ajustés selon l'IPC)**Chart C9. Nominal wage and salary growth rates**
Graphique C9. Taux nominaux de croissance



Custom Totalisations Tabulations spéciales

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Accommodation and
Food Services Industries**

**Hébergement et services
de restauration**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

D. Accommodation and Food Services Industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Accommodation and Food Services section covers establishments that are primarily engaged in providing short-term lodging and complementary services to travellers and vacationers in facilities such as hotels and motels. This sector also comprises establishments that mainly prepare meals, snacks and beverages, to customer order, for immediate consumption.

Compared to the corresponding section of previous *Services Indicators*, this section required only slight modifications due to the fact that the industry's coverage under NAICS closely resembles that which was offered under the SIC-based coding structure.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

D. Hébergement et services de restauration

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type de industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de l'hébergement et des services de restauration comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir de l'hébergement de courte durée et des services complémentaires à des voyageurs et des vacanciers dans des installations telles que des hôtels et des motels. Ce secteur comprend aussi les établissements dont l'activité principale consiste à préparer des repas, des repas légers et des boissons commandés par les clients pour consommation immédiate.

Comparativement à la section correspondante des numéros précédents d'*Indicateurs des services*, la présente section comporte que de légères modifications, car la couverture du secteur est presque la même aux termes du SCIAN que selon la CTI.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité rapportée à celle sous laquelle elle figure.

Accommodation Services (NAICS 721)

- Q9111 Hotels & Motor Hotels
- Q9112 Motels
- Q9113 Tourist Courts & Cabins
- Q9114 Guest Houses & Tourist Homes
- Q9121 Lodging Houses & Residential Clubs
- Q9131 Camping Grounds & Travel Trailer Parks
- Q9141 Outfitters (Hunting & Fishing Camps)
- Q9149* Other Recreation & Vacation Camps

Food Services and Drinking Places (NAICS 722)

- Q9211* Restaurants, Licensed
- Q9212 Restaurants, Unlicensed (Incl Drive-Ins)
- Q9213 Take-Out Food Services
- Q9214 Caterers
- Q9221 Taverns, Bars & Night Clubs

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Traveler Accommodation Services (91)

- Hotels, Motels and Tourist Courts (911)
- Lodging Houses and Residential Clubs (912)

Services d'hébergement (SCIAN 721)

- Q9111 Hôtels et auberges routières
- Q9112 Motels
- Q9113 Camps et cabines pour touristes
- Q9114 Petits hôtels
- Q9121 Pensions de famille et hôtels privés
- Q9131 Terrains de camping et parcs à roulottes
- Q9141 Camps de chasse et de pêche
- Q9149* Autres camps de vacances

Services de restauration et débits de boissons (SCIAN 722)

- Q9211* Restaurants avec permis de boissons
- Q9212 Restaurants sans permis de boissons (y compris les restovolants)
- Q9213 Services de mets à emporter
- Q9214 Traiteurs
- Q9221 Tavernes, bars et boîtes de nuit

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services d'hébergement des voyageurs (91)

- Hôtels, motels et camps pour touristes (911)
- Pensions de famille et hôtels privés (912)

- Camping Grounds and Travel Trailer Parks (913)
- Recreation and Vacation Camps (914)

Food and Beverage Services Industries (92)

- Food Services (921)
- Taverns, Bars and Nightclubs (922)

- Terrains de camping et parcs à roulettes (913)
- Camps de vacances (914)

Industries de la restauration (92)

- Services de restauration (921)
- Tavernes, bars et boîtes de nuit (922)

Accommodation and Food Services Industries

Highlights — 3rd Quarter 1999

- The GDP of the traveler accommodation services industry declined in real terms by 0.7% this quarter, despite the fact that output in the overall economy advanced 1.2%. In addition, output in the food and beverage services industry fell by 0.3%, the second consecutive quarterly decline for this industry.
- Nevertheless, both of these industries are now generating more output than they did in the third quarter of 1998. GDP for the accommodation services industry is now 2.6% higher than last year, while a 0.6% increase was posted in the food and beverage services industry. However, these GDP increases fall far short of the 4.5% growth rate recorded for the overall economy.
- The workforce of the accommodations services industry grew by 32,000 this quarter. Third quarter employment growth is common in this industry due to higher demand arising from summer vacationers. All of the jobs added in the third quarter were full-time. As a result, the proportion of the industry's workforce employed full-time is 82%, up sharply from 76% in the second quarter.
- One can somewhat discount the effects of seasonal factors by comparing current results to those in the equivalent quarters of previous years. Compared to the third quarter of 1998, employment has fallen by 3.6% in accommodation services.
- The restaurant and other food services industry created 11,000 jobs this quarter, all of which are full-time. 62% of the industry's workforce is employed full-time, up from 58% in the second quarter. Employment in this industry has expanded 5.1% since the third quarter of 1998 due to the addition of 35,000 new jobs.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 3.2%
GDP	↓ 0.4%

* From same quarter last year.

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Au troisième trimestre, le PIB du secteur des services d'hébergement des voyageurs a reculé de 0,7 % en chiffres absolus, bien qu'un gain de 1,2 % ait été observé pour l'ensemble de l'économie. La production a aussi reculé dans le secteur de la restauration (-0,3 %), et ce pour un deuxième trimestre consécutif.
- Ces deux secteurs affichent malgré tout une production en hausse par rapport au troisième trimestre de 1998. Le PIB du secteur des services d'hébergement a ainsi progressé de 2,6 % depuis l'an dernier, alors qu'un gain de 0,6 % a été relevé dans le secteur de la restauration. Ces hausses du PIB sont toutefois bien en deçà du taux de croissance (4,5 %) enregistré durant cette même période pour l'ensemble de l'économie.
- Les effectifs dans les services d'hébergement ont augmenté de 32 000 au troisième trimestre. Il convient toutefois de noter que la création d'emplois est fréquente dans ce secteur au troisième trimestre, avec l'accroissement de la demande en période estivale. Comme tous les emplois créés au troisième trimestre étaient à temps plein, la proportion de travailleurs à temps plein est passée à 82 %, ce qui constitue une hausse appréciable par rapport au deuxième trimestre (76 %).
- Il est possible de neutraliser quelque peu les effets des facteurs saisonniers en comparant les résultats du présent trimestre à ceux des mêmes trimestres des années précédentes. Or, on constate que l'emploi a reculé de 3,6 % dans les services d'hébergement depuis le troisième trimestre de 1998.
- Au troisième trimestre, 11 000 emplois (tous à temps plein) ont été créés dans le secteur de la restauration, ce qui porte à 62 % les effectifs de ce secteur travaillant à temps plein; au deuxième trimestre, la proportion était de 58 %. Depuis le troisième trimestre de 1998, l'emploi dans ce secteur s'est accru de 5,1 %, avec la création de 35 000 emplois.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 3,2 %
PIB	↓ 0,4 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Annualized average wages and salaries in the traveler accommodation services industry rose by 2.6% this quarter. This increase was likely due to the higher proportion of the industry's workforce that is now working full-time. This was the third straight quarter in which average remuneration rose. As a result, for the first time in nearly two years, the industry's average remuneration (\$16,072) is more than half the average in the entire economy (\$31,843). Meanwhile, the average wage and salary in the food and beverage services industry (\$11,274) was up only slightly this quarter. However, these remuneration figures do exclude tips and gratuities.
- La rémunération annuelle moyenne dans le secteur des services d'hébergement des voyageurs a augmenté de 2,6 % ce trimestre-ci, sans doute sous l'effet de l'accroissement de la proportion d'employés travaillant à temps plein. Il s'agit de la troisième hausse trimestrielle consécutive et ceci explique que, pour la première fois en près de deux ans, la rémunération moyenne du secteur (16 072 \$) correspond à plus de la moitié de la rémunération moyenne pour l'ensemble de l'économie (31 843 \$). Dans le secteur de la restauration, la rémunération moyenne (11 274 \$) n'a que faiblement augmenté au troisième trimestre; il est à noter toutefois que ces rémunérations excluent les pourboires et gratifications.

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment

Graphique D1. Emploi

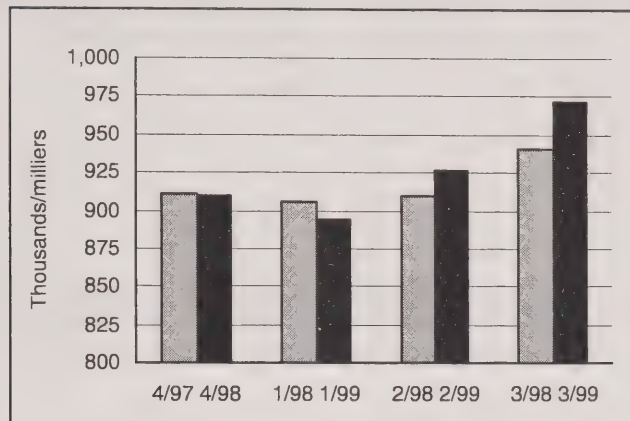


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

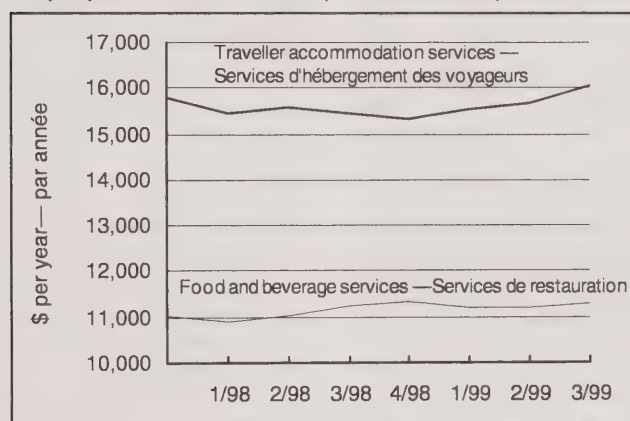


Chart D3. Real GDP

Graphique D3. PIB réel

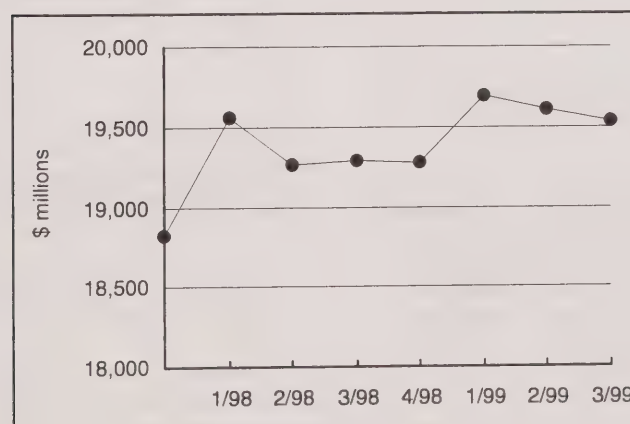


Table D1. Travel accommodation and food services, annualized GDP at factor cost

Tableau D1. Services d'hébergement des voyageurs et de restauration, PIB annualisé au coût des facteurs

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)	6,144	6,359	6,192	6,159	6,345	6,339	6,361	6,317	PIB annualisé (dés.)
Accommodation services									Services d'hébergement
Food and beverage serv.	12,677	13,194	13,071	13,133	12,926	13,356	13,251	13,217	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	18,821	19,553	19,263	19,292	19,271	19,695	19,612	19,534	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Accommodation services	-0.8	1.6	4.2	-2.5	-0.9	3.9	-2.2	0.1	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	2.1	0.8	1.2	-0.2	-0.1	0.3	0.4	-1.8	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	1.1	1.1	2.2	-1.0	-0.3	1.5	-0.5	-1.2	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Accommodation services	0.84	0.84	0.87	0.85	0.84	0.86	0.83	0.83	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	1.75	1.75	1.76	1.75	1.75	1.73	1.72	1.68	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	2.59	2.60	2.63	2.60	2.58	2.59	2.55	2.50	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration

Chart D4. GDP nominal growth rates

Graphique D4. Taux nominaux de croissance du PIB

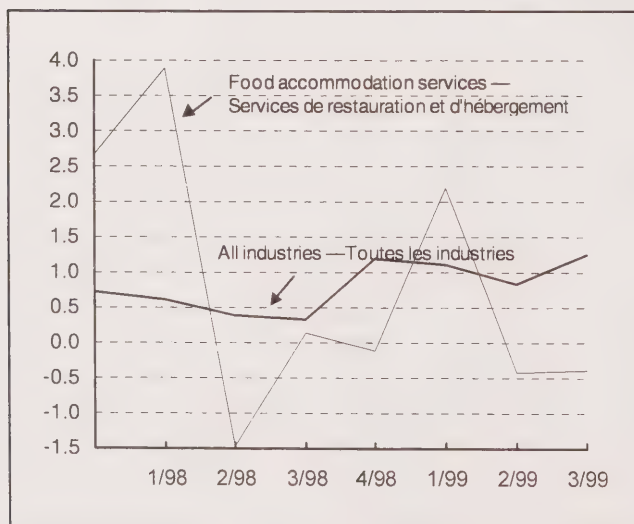


Chart D5. Output of food and accommodation services industries

Graphique D5. Production des industries de la restauration et de l'hébergement

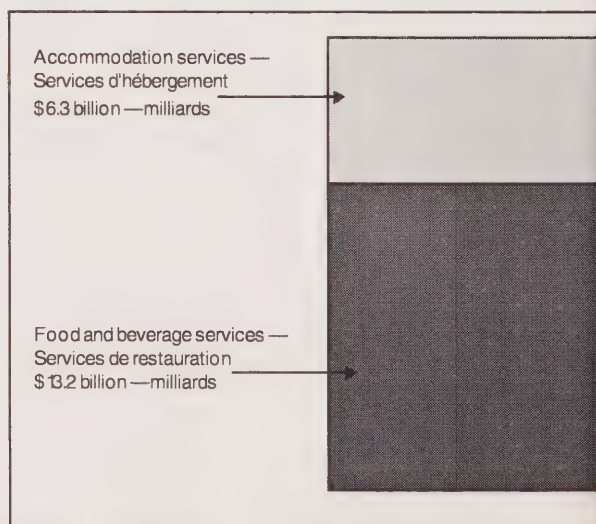


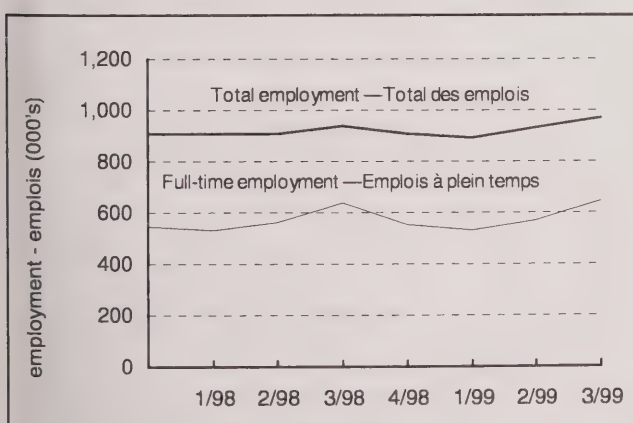
Table D2. Accommodation and food services industries, employment**Tableau D2. Hébergement et services de restauration, emploi**

1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Accommodation services	225	191	183	192	224	184	175	184	Services d'hébergement
Restaurants/other food services	673	674	672	675	675	682	678	699	Restaurants/autres services de restauration
Drinking places (alcoholic bever.)	47	46	51	43	42	45	41	45	Débîts de boissons (alcoolisées)
Total	944	911	906	909	941	910	894	927	Total
Full-time	604	547	531	562	636	557	532	573	Plein temps
Part-time	340	365	374	347	305	354	362	354	Temps partiel

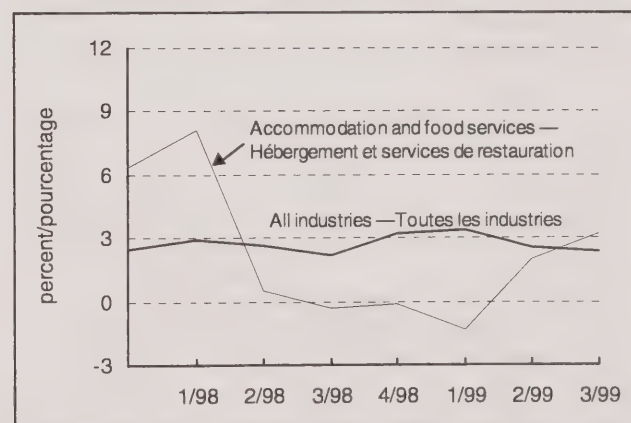
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)	
Accommodation services	5.8	13.1	11.2	-1.7	-0.2	-3.9	-4.6	-4.2	Services d'hébergement	
Restaurants/other food services	-0.9	4.1	6.3	1.4	0.4	1.1	0.9	3.6	Restaurants/autres services de restauration	
Drinking places (alcoholic bever.)	4.0	14.8	21.8	-2.5	-11.5	-2.4	-19.1	5.6	Débits de boissons (alcoolisées)	
Total	0.9	6.4	8.1	0.5	-0.3	-0.1	-1.3	2.0	Total	
Full-time	-3.5	3.9	8.5	2.4	5.3	1.8	0.1	1.9	Plein temps	
Part-time	9.7	10.3	7.5	-2.4	-10.3	-3.0	-3.3	2.1	Temps partiel	
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)	
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total	
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps	
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel	

Chart D6. Employment¹**Graphique D6. Emploi¹**

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

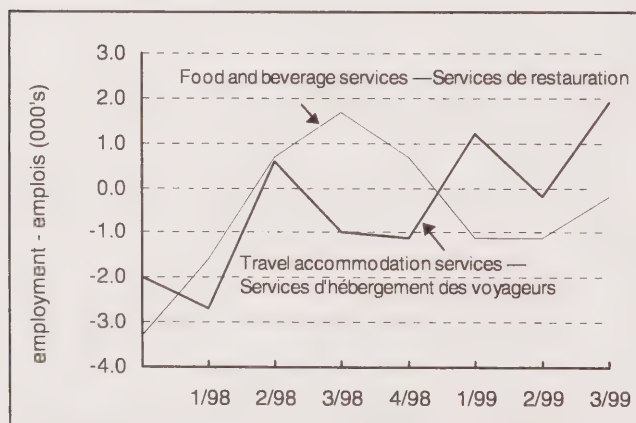
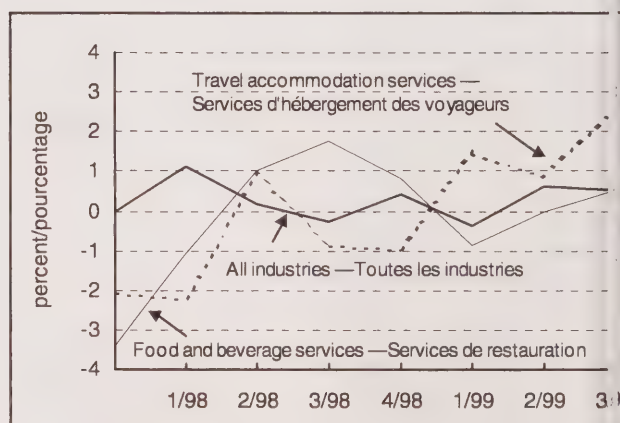
Chart D7. Employment growth rates²**Graphique D7. Taux de croissance de l'emploi²**

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table D3. Travel accommodation and food services, average wages and salaries

Tableau D3. Services de restauration et d'hébergement rémunération

1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Traveller accommodation services	16,134	15,801	15,451	15,591	15,453	15,307	15,531	15,650	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	11,422	11,036	10,920	11,030	11,224	11,315	11,219	11,234	Services de restauration
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Traveller accommodation services	-1.4	-2.1	-2.2	0.9	-0.9	-0.9	1.5	0.8	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	1.2	-3.4	-1.1	1.0	1.8	0.8	-0.8	0.1	Services de restauration
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Traveller accommodation services	-1.7	-2.0	-2.7	0.6	-1.0	-1.1	1.2	-0.3	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	0.9	-3.3	-1.6	0.7	1.7	0.7	-1.1	-0.9	Services de restauration
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale

Chart D8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique D8. Taux de variation réels (ajustés selon l'IPC) de la rémunérationChart D9. Wage and salary growth rates¹
Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Arts, Entertainment and
Recreation Services
Industries**

**Arts, spectacles
et loisirs**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

E. Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

E. Arts, spectacles et loisirs

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

Under NAICS there is a considerable improvement in coverage of the arts, entertainment and recreation services industries, with a sizeable expansion in the number of industries covered. Hence, this section was created. The Arts, Entertainment and Recreation industries encompass establishments primarily engaged in operating facilities or providing services to meet the cultural, entertainment and recreational interests of their patrons.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, les données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada se trouve au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle d'autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le SCIAN a permis d'améliorer considérablement la couverture du secteur des arts, des spectacles et des loisirs grâce à une forte augmentation du nombre de branches d'activité étudiées, qui a justifié la création de ce nouveau secteur. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs comprend les établissements dont l'activité principale consiste à exploiter des installations ou à fournir des services répondant aux intérêts de leurs clients en matière de culture, de divertissement et de loisir.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité est rapportée à celle sous laquelle elle figure.

Performing Arts, Spectator Sports and Related Industries (NAICS 711)

- M7799* Other Business Services n.e.c.
- Q9211* Restaurants, Licensed
- R9611* Motion Picture & Video Production
- R9631 Entertainment Prod. Companies and Artists
- R9639* Other Theatrical & Staged Ent. Services
- R9641 Professional Sports Clubs
- R9642* Prof. Athletes & Promoters
- R9643 Horse Race Tracks
- R9644 Other Race Tracks
- R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
- R9699* Other Amusement & Recreational Services
- R9999* Other Services n.e.c.

Heritage Institutions (NAICS 712)

- O8551* Museums & Archives
- R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
- R9694* Coin-Operated Amusement Services
- R9696 Botanical & Zoological Gardens
- R9699* Other Amusement & Recreational Services

Amusement, Gambling and Recreation Activities (NAICS 713)

- G4513* Non-Scheduled Air Transport (Rec. flying clubs)
- Q9149* Other Recreation & Vacation Camps
- R9651* Golf Courses
- R9652 Curling Clubs
- R9653* Skiing Facilities

Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes (SCIAN 711)

- M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
- Q9211* Restaurants avec permis de boissons
- R9611* Production de films et de matériel visuel
- R9631 Agences de spectacles et artistes
- R9639* Autres théâtres et spectacles
- R9641 Clubs sportifs professionnels
- R9642* Athlètes professionnels et promoteurs indépendants
- R9643 Hippodromes
- R9644 Autres champs de course
- R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
- R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.
- R9999* Autres services n.c.a.

Établissements du patrimoine (SCIAN 712)

- O8551* Musées et archives
- R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
- R9694* Jeux automatiques
- R9696 Jardins botaniques et zoologiques
- R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

Divertissement, loisirs et jeux du hasard et loteries (SCIAN 713)

- G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)
- Q9149* Autres camps de vacances
- R9651* Clubs de golf
- R9652 Clubs de curling
- R9653* Installations de ski

R9654* Boat Rentals & Marinas

R9659* Other Sports & Recreation Clubs

R9661 Gambling Operations

R9691 Bowling Alleys & Billiard

R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

R9693* Dance Halls, Studios & Schools

R9694 Coin-Operated Amusement Services

R9695 Roller Skating Facilities

R9699* Other Amusement & Recreational Services

R9799* Other Personal & Household Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Amusement and Recreation Services (96)

- Motion Picture, Audio and Video Production and Distribution (961)
- Motion Picture Exhibition (962)
- Theatrical and other Staged Entertainment Services (963)
- Commercial Spectator Sports (964)
- Sports and Recreation Clubs and Services (965)

R9654* Location de bateaux et ports de plaisance

R9659* Autres clubs sportifs et services de loisir

R9661 Loteries et jeux de hasard

R9691 Salles de quilles et salles de billard

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9693* Salles, studios et écoles de danse

R9694 Jeux automatiques

R9695 Pistes de patinage à roulettes

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

R9799* Autres services professionnels et domestiques n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consultez l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissement (CTI-E)

Services de divertissement et de loisir (96)

- Production et distribution de films et de matériel audiovisuel (961)
- Projection de films cinématographiques (962)
- Théâtres et autres spectacles (963)
- Sports commerciaux (964)
- Clubs sportifs et services de loisir (965)

- Gambling Operations (966)
- Other Amusement and Recreation Services (969)

Personal and Household Services (97)

- Barber and Beauty Shops (971)
- Laundries and Cleaners (972)
- Funeral Services (973)
- Private Households (974)
- Other Personal and Household Services (979)

- Loteries et jeux de hasard (966)
- Autres services de divertissement et de loisir (969)

Services personnels et domestiques (97)

- Salons de coiffure et salons de beauté (971)
- Services de blanchissage et de nettoyage à sec (972)
- Pompes funèbres (973)
- Ménages (974)
- Autres services personnels et domestiques (979)

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Highlights — 3rd Quarter 1999

- The GDP of the amusement and recreation services industries remained little changed for the second consecutive quarter, while output in the personal and household services industries expanded at its most rapid rate in six quarters, this time by 0.8%. Yet, these industries' growth rates still lagged far behind the 1.2% third quarter GDP growth rate for the whole economy. Moreover, weak growth during previous quarters has left the personal and household services industries' GDP level only 1.4% higher than it was in the third quarter of 1998. In contrast, the overall economy grew over three times more rapidly in the past year.
- The arts, entertainment and recreation services industries created 46,000 jobs this quarter due to increased activities during the summer months. As well, about 94% of the added jobs were full-time positions. Employment gains were highest in amusement parks, arcades and other recreation services (+23,000), and performing arts, spectator sports and related industries (+10,000).
- Relative to the third quarter of 1998, the arts, entertainment and recreation services industries expanded their workforce by 38,000. Of these added jobs, 33,000 were full-time. Employment growth during the period was most rapid in the amusement parks, arcades and other recreation industries (+27.0%), followed by the gambling industries (+26.8%).
- After falling in the second quarter, average wages and salaries in the amusement and recreation services industries rose 0.6% this quarter, similar to the rate of remuneration growth in the whole economy. However, amusement and recreation services growth since the third quarter of 1998 (+3.9%) far exceeded the rate posted for the overall economy (+1.2%).

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 13.9%
GDP	↑ 0.4%

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Le PIB du groupe des services de divertissements et de loisirs est demeuré pratiquement inchangé pour deuxième trimestre consécutif, alors que la production du secteur des services personnels et domestiques a connu sa plus forte croissance des six derniers trimestres, progressant de 0,8 %. Ces taux de croissance au troisième trimestre demeurent toutefois nettement inférieurs au taux de croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie (+1,2 %). De plus, la faible croissance observée au cours des trimestres précédents fait en sorte que le PIB du secteur des services personnels et domestiques n'a progressé que de 1,4 % depuis le troisième trimestre de 1998. Durant cette même période, le taux de croissance de l'ensemble de l'économie a été plus de trois fois plus rapide.
- Au troisième trimestre, 46 000 emplois ont été créés dans les arts, les spectacles et les loisirs, cette hausse étant attribuable à l'augmentation des activités durant les mois d'été. Près de 94 % de ces nouveaux emplois sont des emplois à temps plein. Les gains les plus marqués ont été réalisés dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs (+23 000), ainsi que les arts d'interprétation, les sports et activités connexes (+10 000).
- Depuis le troisième trimestre de 1998, les effectifs dans les arts, les spectacles et les loisirs se sont accrus de 38 000. De ce nombre, 33 000 sont des emplois à temps plein. Durant cette période, c'est dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs que la croissance de l'emploi a été la plus forte (+27,0 %), suivis du secteur des jeux de hasard et loteries (+26,8 %).
- Après avoir diminué au deuxième trimestre, la rémunération moyenne dans le groupe des services de divertissements et de loisirs a augmenté de 0,6 % ce trimestre-ci, soit un taux comparable à l'accroissement observé pour l'ensemble de l'économie. Depuis le troisième trimestre de 1998, la croissance dans les services de divertissements et de loisirs (+3,9 %) dépasse largement le taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (+1,2 %).

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 13,9 %
PIB	↑ 0,4 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

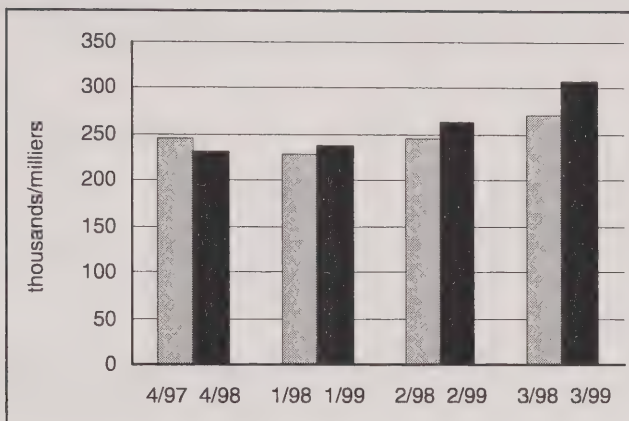


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

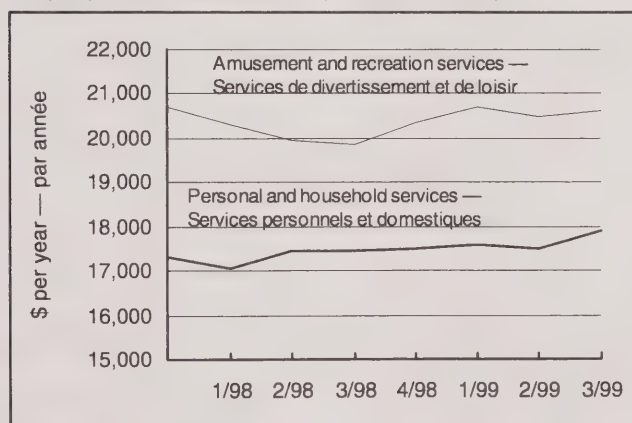


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel

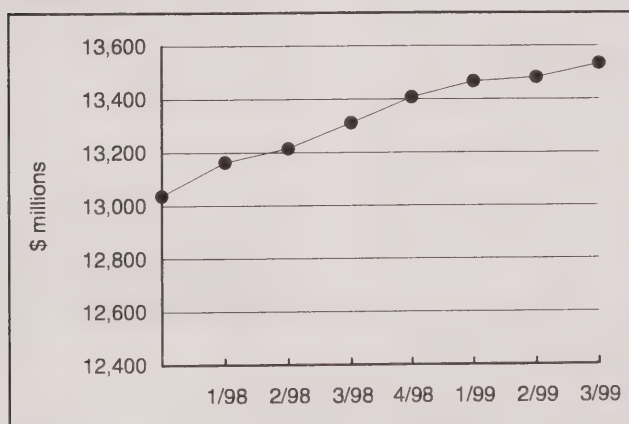


Table E1. Leisure and personal services, annualized GDP at factor cost

Tableau E1. Divertissements et services personnel PIB annualisé au coût des facteurs

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Amusement and recreation services	7,509	7,549	7,608	7,662	7,745	7,788	7,798	7,806	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	5,531	5,612	5,609	5,651	5,660	5,682	5,683	5,731	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	13,040	13,161	13,217	13,313	13,405	13,470	13,481	13,537	Total divertissements et services personnels
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.6	0.5	0.8	0.7	1.1	0.6	0.1	0.1	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.4	1.5	-0.1	0.7	0.2	0.4	0.0	0.8	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.1	0.9	0.4	0.7	0.7	0.5	0.1	0.4	Total divertissements et services personnels
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

Amusement and recreation services	1.06	1.05	1.06	1.06	1.06	1.06	1.05	1.04	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.83	1.84	1.84	1.85	1.84	1.83	1.81	1.80	Total divertissements et services personnels

Chart E4. GDP nominal growth rates

Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB

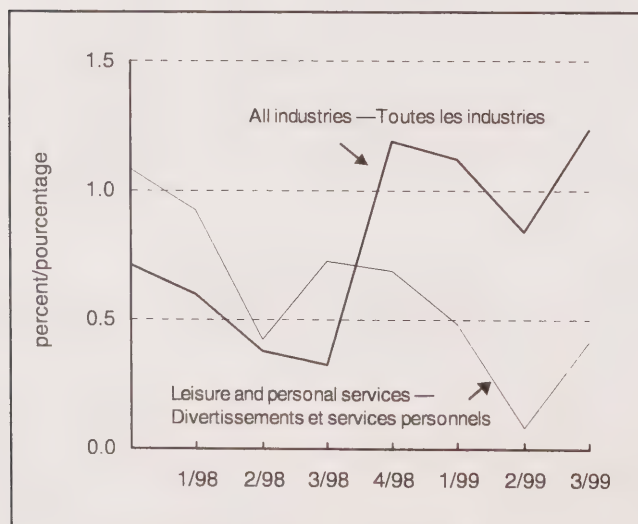
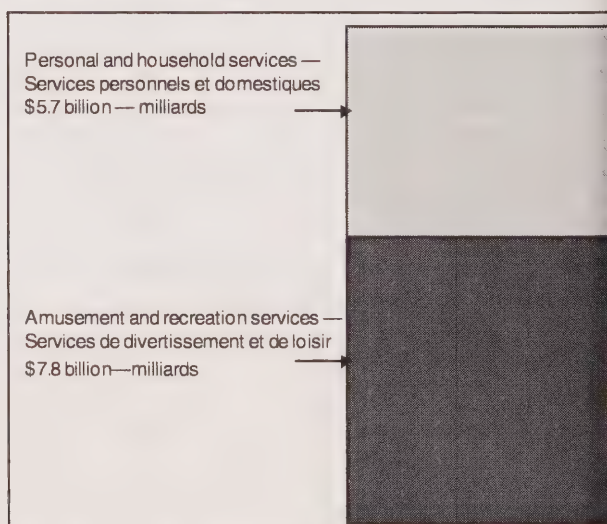


Chart E5. Output of leisure and personal services industry

Graphique E5. Production du groupe des divertissements et services personnels



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table E2. Arts, entertainment and recreation services industries, employment

Tableau E2. Arts, spectacles et loisirs, emploi

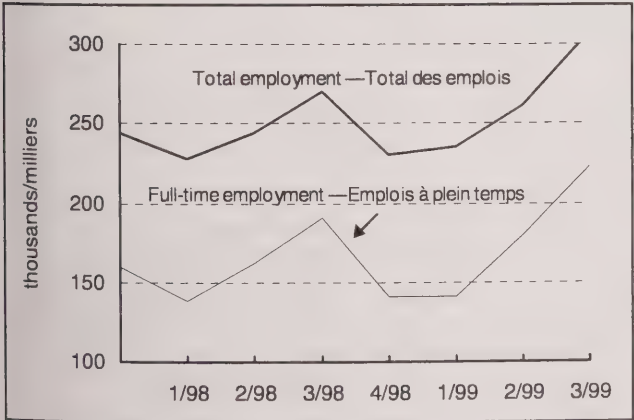
	1997	1998				1999		
	IV	I	II	III	IV	I	II	III
thousands — milliers								
Employment								Emploi
Performing arts, spectator sports and related industries	105	103	102	102	92	85	87	97
Heritage institutions	18	13	18	23	15	14	18	27
Gambling industries	31	34	33	34	35	37	38	43
Amusement parks, arcades and other recreation	91	78	92	112	88	100	119	142
Total	245	229	245	270	231	236	262	308
Full-time	160	139	162	190	142	141	180	223
Part-time	85	90	82	80	89	95	81	85

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

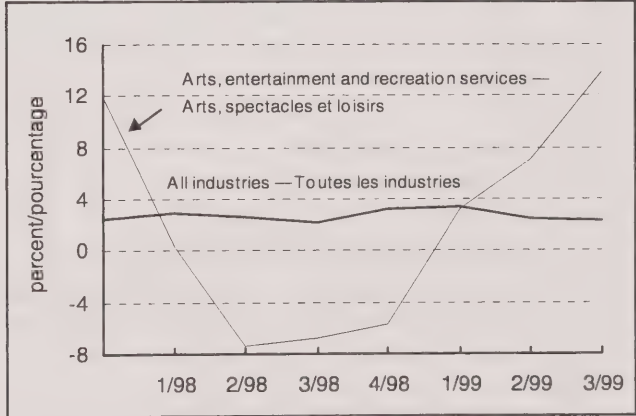
Rates of change (%)								Taux de variation (%)
Performing arts, spectator sports and related industries	14.5	15.7	10.0	4.6	-11.7	-17.2	-14.7	-4.9
Heritage institutions	-17.4	-20.4	-15.6	-28.2	-16.0	2.3	1.1	18.9
Gambling industries	10.2	-7.9	-13.7	5.6	9.9	8.3	15.9	26.8
Amusement parks, arcades and other recreation	17.5	-8.1	-18.0	-13.4	-2.3	28.3	29.3	27.0
Total	11.8	0.4	-7.4	-6.9	-5.7	3.2	7.1	13.9
Full-time	12.5	-3.7	-8.9	-9.0	-11.4	1.9	10.9	17.2
Part-time	10.6	7.4	-4.2	-1.4	5.1	5.3	-1.6	6.0
Overall economy growth rates (%)								Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	2.3
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	2.9
Part-time	1.0	-0.7	-1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	-0.2

Chart E6. Employment¹
Graphique E6. Emploi¹



¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

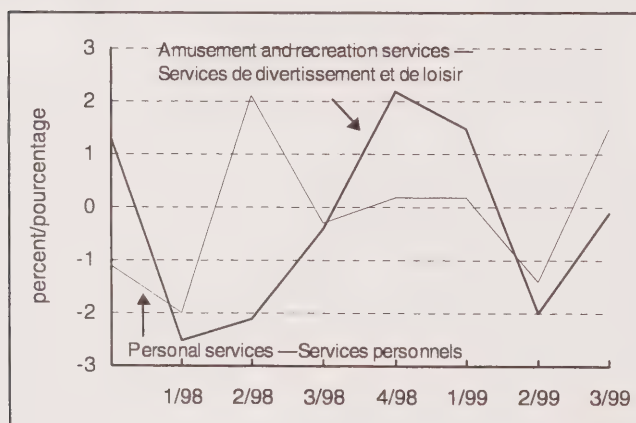
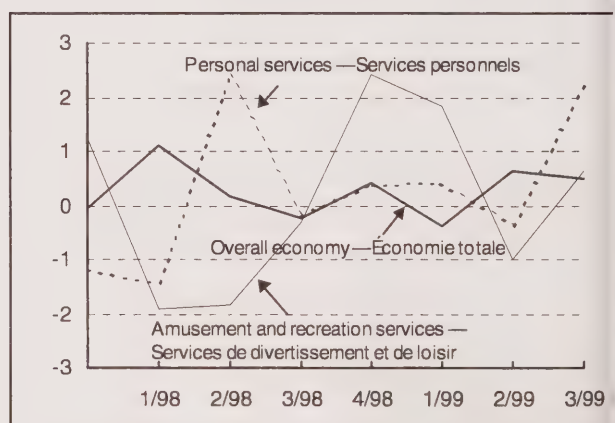
Chart E7. Employment growth rates²
Graphique E7. Taux de croissance de l'emploi²



² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table E3. Leisure and personal services,
average wages and salariesTableau E3. Divertissements et services personnels
rémunération

1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Amusement and recreation services	20,704	20,305	19,930	19,865	20,345	20,715	20,506	20,636	Services de divertissement et de loisir
Personal services	17,315	17,064	17,468	17,434	17,500	17,574	17,504	17,888	Services personnels
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.2	-1.9	-1.8	-0.3	2.4	1.8	-1.0	0.6	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-1.2	-1.4	2.4	-0.2	0.4	0.4	-0.4	2.2	Services personnels
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Amusement and recreation services	1.3	-2.5	-2.1	-0.4	2.2	1.5	-2.0	-0.1	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-1.1	-2.0	2.1	-0.3	0.2	0.2	-1.4	1.5	Services personnels
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5	Économie totale

Chart E8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in
leisure and personal services industriesGraphique E8. Taux de croissance de la rémunération
(ajustés selon l'IPC) dans les divertissements et services
personnelsChart E9. Wage and salary growth rates in leisure and
personal services industries¹Graphique E9. Taux de croissance de la rémunération¹¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

Other Services Industries

Autres services

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

F. Other Services Industries

F. Autres Services

Note to Users:

This section offers employment data for some service industries not covered in the previous industry sections. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. Remuneration data and gross domestic product figures will later be added to this section when they become available on a NAICS-coded basis. This section broadly covers the following services industries, some of which have not been traditionally covered in *Services Indicators*:

Real Estate and Rental and Leasing Services (NAICS 53)

Management of Companies and Enterprises (NAICS 55)

Administrative and Support, Waste Management and Remediation Services (NAICS 56)

Educational Services (NAICS 61)

Health Care and Social Assistance Services (NAICS 62)

Repair, Maintenance, Personal, Laundry and Other Services (NAICS 81)

Note aux utilisateurs :

La présente section contient des données sur l'emploi pour certaines branches de certains services que ne couvrent pas les sections décrites dans les sections qui précèdent. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. On ajoutera plus tard les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut à cette section dès qu'elles seront produites en se fondant sur le SCIAN. Cette section décrit, de façon générale, les services ci-après, qui ne figuraient pas traditionnellement dans *Indicateurs des services* :

Services immobiliers et services de location et de location à long terme (SCIAN 53)

Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55)

Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56)

Services d'enseignement (SCIAN 61)

Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62)

Réparation, entretien, service personnel, blanchisseries et autres services (SCIAN 81)

Table F1. Other services industries, employment

Tableau F1. Autres services, emploi

1997		1998				1999			
IV		I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Real estate services	168	178	185	188	202	189	188	193	Services immobiliers
Rental and leasing services	54	57	65	65	61	68	71	69	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	4	6	7	5	3	5	4	4	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	431	435	473	494	465	463	497	519	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	18	21	21	19	18	25	26	25	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	967	976	953	859	983	1,002	970	886	Services d'enseignement
Health care, social services	1,388	1,415	1,468	1,498	1,481	1,420	1,475	1,509	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	715	700	711	741	725	736	731	708	Réparation/serv. pers./blanchissage

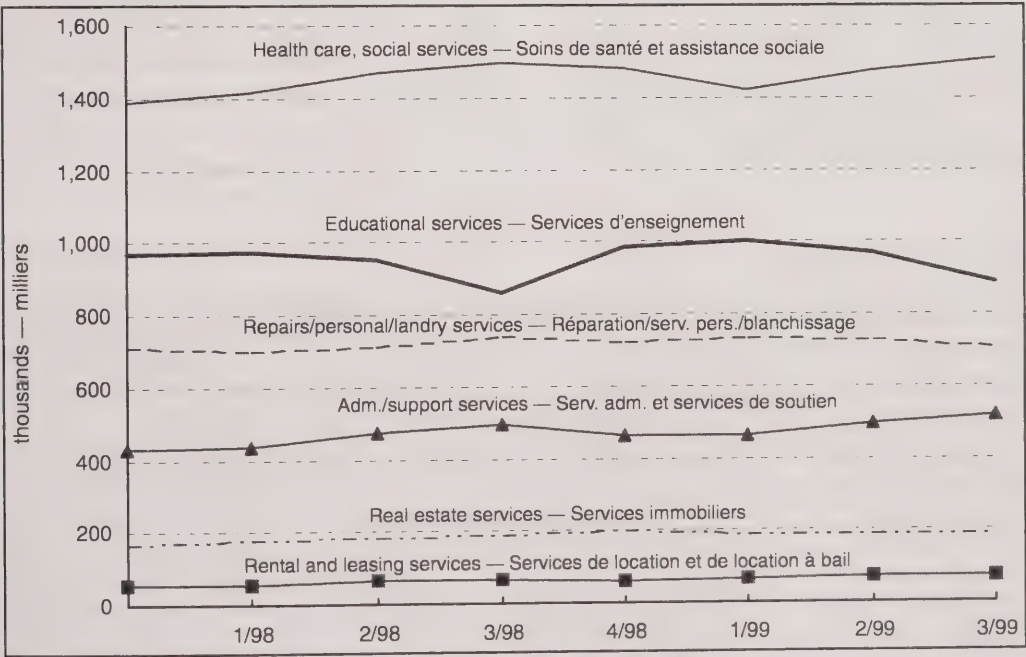
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Real estate services	-9.8	-3.1	3.3	13.0	20.7	5.9	1.5	2.5	Services immobiliers
Rental and leasing services	-4.7	-7.3	-3.7	-8.9	12.2	19.3	8.9	7.0	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	-42.6	6.9	143.3	54.8	-15.4	-19.4	-45.2	-16.7	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	5.5	8.1	11.7	10.3	7.8	6.4	5.0	5.1	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	-20.6	-6.7	-4.6	-12.6	0.0	19.0	26.2	33.7	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	2.7	0.1	-1.2	1.4	1.6	2.6	1.8	3.2	Services d'enseignement
Health care, social services	-0.5	1.3	4.8	6.4	6.6	0.4	0.5	0.7	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	6.8	5.2	0.2	1.1	1.5	5.1	2.9	-4.4	Réparation/serv. pers./blanchissage

Chart F1. Employment in various service industries

Graphique F1. Emploi dans des industries de services variés



Definitions and Concepts

Définitions et concepts

Tables A1, B1, C1, D1 and E1

The value-added by industry data are produced at the source (IMAD) as annualized series. That is, the monthly total is multiplied by 12.

Tables A2, B2, C2, D2 and E2

Given that the employment data are not seasonally adjusted it makes little sense to depict them as time series. The relevant comparisons are between one quarter with the same quarter last year. This is how the rates of change are constructed and interpreted. Employment figures of less than 30,000 should be treated with caution as they may be subject to high sampling variability. As well, the number of self-employed excludes unpaid family workers.

Tables A3, B3, C3, D3 and E3

The salary data are annualized quarterly series. They refer to actual payroll and not rates of pay. The monthly average weekly wage and salary series (including overtime) are averaged over three months to produce average weekly earnings series for the quarter (smoothing moving-average technique). Then they are multiplied by 52. The resulting series show the estimated average annual wages and salaries. They reveal what an individual is expected to make in a year as seen from what the person makes this quarter. This kind of information is expected to change every quarter.

The CPI-adjusted rates of change are calculated as follows: first the annualized series are deflated with the CPI of the quarter (obtained from monthly series); and then, the rate of change from the previous quarter value of the series is estimated. This is the methodologically correct procedure to follow rather than to merely subtract the CPI from the series rate of change. The latter would be, at best, an approximation of the intended measurement.

Tableaux A1, B1, C1, D1 et E1

Les données sur la valeur ajoutée par branche de services sont produites par la source (la DMAI) sous forme de séries annualisées. Autrement dit, le total mensuel est multiplié par 12.

Tableaux A2, B2, C2, D2 et E2

Étant donné que les données sur l'emploi ne sont pas désaisonnalisées, il n'est pas très logique de les qualifier de séries chronologiques. Les comparaisons pertinentes sont les comparaisons entre un trimestre et le trimestre correspondant à l'année précédente. C'est ainsi que sont construits et interprétés les taux de variation. Lorsque le nombre d'emplois est inférieur à 30 000, il faut interpréter les données avec circonspection, puisqu'elles peuvent présenter une variabilité d'échantillonnage élevée. De même, le nombre de travailleurs autonomes exclut les employés de la famille qui ne sont pas salariés.

Tableaux A3, B3, C3, D3 et E3

Les données sur la rémunération sont présentées sous forme de séries trimestrielles annualisées. Elles correspondent aux salaires réels et non aux taux de rémunération. On établit la moyenne sur trois mois de la série mensuelle des gains hebdomadaires moyens pour produire la série des gains hebdomadaires moyens pour le trimestre (au moyen de la technique du lissage des moyennes mobiles). Le résultat est ensuite multiplié par 52, ce qui donne une estimation des gains annuels. On calcule donc le revenu qu'une personne devrait toucher en un an à partir du revenu qu'elle a gagné au cours du trimestre. Ce genre de données sur la rémunération devrait varier d'un trimestre à l'autre.

Les taux de variation corrigés en fonction de l'IPC sont calculés selon la technique suivante : tout d'abord, les séries annualisées sont dégonflées au moyen de l'IPC du trimestre (obtenu à partir des séries mensuelles); puis le taux de variation de la valeur de la série établie pour le trimestre précédent est calculé. Il s'agit de la bonne procédure à appliquer au lieu de simplement soustraire l'IPC du taux de variation des séries. Cela devrait donner, en principe, une estimation de la mesure voulue.



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada
Operations and Integration
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6



PHONE

1 800 267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S., and in the Ottawa area, call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



FAX

1 800 889-9734

or (613) 951-1584. VISA, MasterCard and purchase orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.



INTERNET order@statcan.ca

(Please print)



1 800 363-7629

Telecommunication Device
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

()

()

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my:

☐ VISA

☐ MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature

☐ Payment enclosed \$

☐ Purchase
Order Number
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		
▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank.					SUBTOTAL	
▶ Subscription will begin with the next issue to be released.					DISCOUNT (if applicable)	
▶ Prices are subject to change. To Confirm current prices call 1 800 267-6677.					GST (7%) (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST or HST.					Applicable PST (Canadian clients only, where applicable)	
▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.					Applicable HST (N.S., N.B., Nfld.)	
▶ GST Registration # R121491807					GRAND TOTAL	
PF 097019						

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada
Opérations et intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



TÉLÉPHONE
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



TÉLÉCOPIEUR
1 800 889-9734

ou (613) 951-1584. VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



INTERNET order@statcan.ca



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

()

()

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Adresse du courrier électronique :

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$



N° du bon de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada \$ US		

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

► L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.

► Les prix peuvent être modifiés sans préavis. Pour vérifier les prix courants, veuillez composer le 1 800 267-6677.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, soit la TVH.

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.

► TPS N° R121491807

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)

(Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)

TVP en vigueur

(Clients canadiens seulement, s'il y a lieu)

TVH en vigueur
(N.-É., N.-B., T.-N.)

TOTAL GÉNÉRAL

PF097019

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada
Statistics Canada

Canada

Market Research Handbook 1999

Unlock Canadian Consumer and Business Markets...

The ALL-NEW *Market Research Handbook 1999* reveals the Canadian marketplace the way no other statistical resource can. It delivers **first hand** results from more than 20 specialized Statistics Canada surveys, **plus the very latest details from the 1996 Census**, in one practical sourcebook!

For entrepreneurs, market researchers, planners and analysts, for big business and small, *Market Research Handbook 1999* is an invaluable and comprehensive decision-support tool.

Capitalize on opportunities...

- ▶ spot emerging market trends
 - ▶ position your products effectively
 - ▶ gain a competitive edge in an increasingly volatile and competitive economy
- ... **and manage the future of your market!**

ANALYZE THE CONDITIONS IN YOUR MARKET – FROM THE LOCAL TO THE NATIONAL LEVEL – USING:

Key Demographic Variables

- | | | |
|--------------|-------------|--------------------------|
| ▶ population | ▶ age | ▶ household expenditures |
| ▶ education | ▶ sex | ▶ retail sales |
| ▶ earnings | ▶ and more! | |

Vital Economic Indicators

- | | |
|---|---------------------------------|
| ▶ labour force productivity | ▶ private and public investment |
| ▶ consumer and industrial price indexes | ▶ international trade data |
| ▶ and more! | ▶ Gross Domestic Product |

Business Demographics

- | | |
|---------------|--------------------|
| ▶ by industry | ▶ size of business |
| ▶ urban area | ▶ plus more! |

New for 1999!

- ▶ **immigrants** by intended occupation
- ▶ **Internet service providers**: types of services, regional composition and sources of revenue
- ▶ population projections for **Nunavut**
- ▶ household expenditures including **games of chance expense** (ie. Casino), as well as **detailed clothing and health care** expenses
- ▶ number and receipts of movie theatres including **number of screens and seats**
- ▶ **more fields of study** for full-time undergraduate enrolment
- ▶ **employment change and life status** of businesses

NEW FOR 1999!

Market Research Handbook 1999 (Cat. No. 63-224-XPB) costs \$125 in Canada (plus either HST or GST and applicable PST) and US\$125 outside Canada. To order, **CALL** toll-free at 1 800 267-6677, **FAX** 1 877 287-4369 or **MAIL** your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. You may also order via **E-MAIL**: order@statcan.ca

Recueil statistique des études de marché 1999

Pénétrez les marchés de consommation et d'affaires canadiens ...

Le TOUT DERNIER *Recueil statistique des études de marché 1999* fait état du marché canadien comme aucune autre source statistique ne le fait. Il réunit les résultats de plus de 20 enquêtes spéciales de Statistique Canada, de même que **les plus récentes données du Recensement de 1996**, dans un seul guide de référence pratique!

Pour les entrepreneurs, comme pour les spécialistes des études de marché, les planificateurs et les analystes, de même que pour les grandes et petites entreprises, le *Recueil statistique des études de marché 1999* constitue un outil complet de très grande valeur

Tirez profit des possibilités...

- ▶ repérez les nouvelles tendances
 - ▶ positionnez vos produits efficacement
 - ▶ obtenez un avantage concurrentiel au sein d'une économie de concurrence sans cesse changeante
- ... **et gérez l'avenir de votre marché!**

ANALYSEZ LES CONDITIONS DE VOTRE MARCHÉ – À L'ÉCHELLE RÉGIONALE OU NATIONALE – EN UTILISANT :

Les principales variables démographiques

- | | | |
|--------------|------------|------------------------|
| ▶ population | ▶ âge | ▶ dépenses des ménages |
| ▶ scolarité | ▶ sexe | ▶ ventes au détail |
| ▶ revenu | ▶ et plus! | |

Les indicateurs économiques

- | | |
|---|--|
| ▶ données sur la productivité de la population active | ▶ investissements privés et publiques |
| ▶ commerce international | ▶ indices des prix à la consommation et de l'industrie |
| ▶ produit intérieur brut | ▶ et plus! |

La démographie des entreprises

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| ▶ secteur d'activité | ▶ taille de l'entreprise |
| ▶ région urbaine | ▶ et plus! |

Nouveau pour 1999!

- ▶ les **immigrants** selon la profession projetée
- ▶ les **fournisseurs de services Internet** : type de services, composition régionale et sources de revenus
- ▶ les projections de la population du **Nunavut**
- ▶ les dépenses des ménages, y compris **celles consacrées aux jeux de hasard** (c.-à-d. au casino), ainsi qu'un bilan détaillé des dépenses sur l'**habillement** et les **soins de santé**
- ▶ le nombre de cinémas et leurs recettes, y compris le **nombre d'écrans et de sièges**
- ▶ une ventilation plus détaillée **des domaines d'études** des étudiants à plein temps de premier cycle
- ▶ **variation de l'emploi et statut** des entreprises

NOUVEAU POUR 1999!

Recueil statistique des études de marché 1999 (n° 63-224-XPB au catalogue) se vend 125 \$ au Canada (plus, soit la TVH, soit la TPS et la TVP en vigueur) et 125 \$ US à l'extérieur du Canada. Pour commander, **TÉLÉPHONEZ** sans frais au 1 800 267-6677, **TÉLÉCOPIEZ** vos commandes au 1 877 287-4369 ou **POSTEZ** votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6. Ou communiquez avec votre Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par **COURRIEL** : order@statcan.ca.

Canadians in the spotlight



Society is changing rapidly. It's a constant challenge for you to stay informed about the important social issues and trends affecting us all. **Canadian Social Trends** helps you meet that challenge successfully by bringing you dynamic and invaluable social analysis in a clear, concise and highly readable format.

Each issue of this popular Statistics Canada quarterly brings key elements of Canadian life into the spotlight — labour markets, immigration, evolving family structure, standard of living. The easy-to-read articles draw from a wide range of demographic, social and economic data sources. Tables and charts highlight key points. A Social Indicators table tracks change.

Social science professionals, researchers, business and policy analysts, educators, students and the general public rely on **Canadian Social Trends**. Subscribing today will help you keep abreast of change, evaluate social conditions, plan programs or services, and much more!

Visit the "In-Depth" section of our Web site at www.statcan.ca to view some recent articles.

Subscribe today! You won't want to miss a single issue!

Only \$36 (plus either GST and applicable PST or HST) annually in Canada and US\$36 outside Canada! To order **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XPE), write to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, Canada, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1 877 287-4369, call 1 800 267-6677 or send an e-mail to order@statcan.ca. Subscribe on our Web site to the downloadable version of **Canadian Social Trends** (Cat. No. 11-008-XIE) for only \$27 in Canada, US\$27 outside Canada. URL: www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi

Pleins feux sur les Canadiens



La société évolue rapidement. Et vous devez constamment chercher à demeurer au fait des questions et des tendances sociales importantes qui touchent chacun de nous. **Tendances sociales canadiennes** vous aide à relever ce défi avec succès en vous présentant une analyse sociale à la fois dynamique et d'une valeur inestimable dans un texte clair, concis et fort compréhensible.

Chaque numéro de ce populaire trimestriel de Statistique Canada s'intéresse à des éléments clés de la vie canadienne tels que : marchés du travail, immigration, structure familiale en évolution, niveau de vie. De lecture facile, les articles qu'on y trouve puisent dans une foule de sources de données démographiques, sociales et économiques. Des tableaux et des graphiques en illustrent les points saillants. Un tableau des indicateurs sociaux permet de suivre l'évolution des choses.

Les professionnels des sciences sociales, les chercheurs, les analystes du monde des affaires et des politiques, les enseignants, les étudiants et le grand public se fient à **Tendances sociales canadiennes**. Vous abonner aujourd'hui vous aidera à rester à la fine pointe du changement, à évaluer la conjoncture sociale, à planifier des programmes ou des services, et plus encore!

Visitez la section « En profondeur » de notre site Web à www.statcan.ca pour consulter certains des articles publiés récemment.

Abonnez-vous aujourd'hui! Vous ne saurez vous passer d'un seul numéro!

Seulement 36 \$ par année (plus, soit la TPS et la TVP en vigueur, soit la TVH) au Canada et 36 \$US à l'extérieur du Canada! Pour commander **Tendances sociales canadiennes** (n° 11-008-XPF au cat.), écrivez à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, Canada. Ou communiquez avec le Centre de consultation régional le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication). Vous pouvez passer votre commande par télécopieur au 1 877 287-4369, par téléphone au 1 800 267-6677 ou par courriel à : order@statcan.ca. Abonnez-vous sur notre site Web à la version téléchargeable (n° 11-008-XIF au cat.) pour seulement 27 \$ par année au Canada, 27 \$US à l'extérieur du Canada. URL : www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi



Services Indicators

4th Quarter 1999

- Information and Cultural Industries
- Finance and Insurance Industries
- Professional, Scientific and Technical Services Industries
- Accommodation and Food Services Industries
- Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Indicateurs des services

4^e trimestre 1999

- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Hébergement et services de restauration
- Arts, spectacles et loisirs

Feature article:

- **Food services competition in the 1990s**

Étude spéciale :

- **La concurrence dans les services de restauration durant les années 90**



How to Obtain More Information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Services, Indicators and Analysis, Service Industries Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-6739).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National enquiries line	1-800-263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1-800-363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

Ordering subscription information

This product, Catalogue no. 63-016-XPB, is published quarterly as a standard printed publication at a price of CDN \$35.00 per issue and CDN \$116.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$24.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$40.00

This product is also available in electronic format on the Statistics Canada Internet site as Catalogue no. 63-016-XIB at a price of CDN \$26.00 per issue and CDN \$87.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe, visit our Web site at www.statcan.ca, and select Products and Services.

All prices exclude sales taxes.

The printed version of this publication can be ordered by

- Phone (Canada and United States) 1 800 267-6677
- Fax (Canada and United States) 1 877 287-4369
- E-mail order@statcan.ca
- Mail
Statistics Canada
Dissemination Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Regional Centre nearest you, or from authorized agents and bookstores.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Indicateurs des services et analyse, Division des industries de service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-6739).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

Renseignement sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-016-XPB au catalogue est publié trimestriellement en version imprimée standard et est offert au prix de 35 \$ CA l'exemplaire et de 116,00 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	24,00 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	40,00 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 63-016-XIB au catalogue, et est offert au prix de 26,00 \$ CA l'exemplaire et de 87,00 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à www.statcan.ca et en choisissant la rubrique Produits et services.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) 1 800 267-6677
- Télécopieur (Canada et États-Unis) 1 877 287-4369
- Courriel order@statcan.ca
- Poste
Statistique Canada
Division de la diffusion
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité ou auprès des agents et librairies autorisés.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.

Catalogue No. 63-016-XPB

Services Indicators

4th Quarter 1999

N° 63-016-XPB au catalogue

Indicateurs des services

4^e trimestre 1999

- Information and Cultural Industries
- Finance and Insurance Industries
- Professional, Scientific and Technical Services Industries
- Accommodation and Food Services Industries
- Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Hébergement et services de restauration
- Arts, spectacles et loisirs

Feature article:

- **Food services competition in the 1990s**

Étude spéciale :

- **La concurrence dans les services de restauration durant les années 90**

Published by the authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system
or transmitted in any form or by any means,
electronic, mechanical, photocopying,
recording or otherwise without prior written
permission from Licence Services, Marketing
Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6.

April 2000

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 4
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 4
ISSN 1480-8382

Frequency: Quarterly

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire
ou de transmettre le contenu de la présente
publication, sous quelque forme ou par
quelque moyen que ce soit, enregistrement
sur support magnétique, reproduction
électronique, mécanique, photographique,
ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système
de recouvrement, sans l'autorisation écrite
préalable des Services de concession des droits
de licence, Division du marketing, Statistique Canada,
Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 2000

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 4
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 4
ISSN 1480-8382

Périodicité : trimestriel

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^p preliminary figures.
- ^e estimate.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^p nombres provisoires.
- ^e estimation.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences — Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'« American National Standard for Information Sciences — « Permanence of Paper for Printed Library Materials », ANSI Z39.48 - 1984.



Table of contents

	Page
Preface	5
Services overview	12
Feature article:	
Food services competition in the 1990s	19
Information and cultural industries	39
Highlights	43
Analytical Indicators	45
Finance and insurance industries	49
Highlights	54
Analytical Indicators	56
Professional, scientific and technical services industries	61
Highlights	66
Analytical Indicators	68
Accommodation and food services industries	73
Highlights	77
Analytical Indicators	79
Arts, entertainment and recreation services industries	83
Highlights	88
Analytical Indicators	89
Other services industries	93
Definitions and concepts	96

Table des matières

	Page
Préface	5
Aperçu général des services	12
Étude spéciale :	
La concurrence dans les services de restauration durant les années 90	19
Industrie de l'information et industrie culturelle	39
Faits saillants	43
Indicateurs analytiques	45
Finance et assurances	49
Faits saillants	54
Indicateurs analytiques	56
Services professionnels, scientifiques et techniques	61
Faits saillants	66
Indicateurs analytiques	68
Hébergement et services de restauration	73
Faits saillants	77
Indicateurs analytique	79
Arts, spectacles et loisirs	83
Faits saillants	88
Indicateurs analytiques	89
Autres services	93
Définitions et concepts	96

Acknowledgments

This publication was prepared in Service Industries Division under the direction of:

- **Janice McMechan**, Director, Service Industries Division
- **Gord Baldwin**, Assistant Director, Service Industries Division
- **Don Little**, Editor
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Text and article reviewers:

- Gord Baldwin
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard
- Louise Stewart

Major data-providing divisions:

- Industrial Organization and Finance Division
- Labour Statistics Division
- Industry Measures and Analysis Division

Remerciements

Cette publication a été rédigée dans la Division des industries de service sous la direction de :

- **Janice McMechan**, Directrice, Division des industries de service
- **Gord Baldwin**, Directeur adjoint, Division des industries de service
- **Don Little**, Éditeur
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Révision des textes et des articles :

- Gord Baldwin
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard
- Louise Stewart

Principales divisions productrices de données :

- Division de l'organisation et des finances de l'industrie
- Division des statistiques du travail
- Division de la mesure et de l'analyse des industries

Preface

Data on Key Service Industries

Service industries dominate the industrial economies and their importance is growing as a result of globalization and economic restructuring. This growing importance is especially true of the dynamic service industries which are the focus of this publication: information and cultural industries; finance and insurance industries; and professional, scientific and technical services industries. These industries account for a significant proportion of GDP. Moreover, these are the industries that move information, organize finance and property and help businesses do business. As such, they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy. The publication also covers the traveler accommodation and food services industries, and the arts, entertainment and recreation services industries.

Service industries are not all the same and not all have the same dynamic impact on the economy. In total, they account for two-thirds of GDP. That total includes the services covered by this publication as well as government and institutional services, services related to the movement of goods, and services sold primarily to households. Most other service industries are covered by existing statistical programmes, while this publication fills a gap in the coverage by focusing more on services to business. To do this, it draws upon a number of sources and provides information at a level of detail never before produced.

This publication: Data and Analysis

The publication includes one or two feature articles per issue, and some issues include an "A Glance at..." section, which briefly describes notable developments in the services sector. These sections are followed by quarterly statistical indicators for five service industry groupings. The core material includes financial, employment, salary and GDP by industry data that facilitate the analysis of industrial performance. It also includes a services overview section.

Préface

Données sur les principales branches de services

Le secteur des services domine les économies industrielles et prend de plus en plus d'importance en raison de la globalisation et de la restructuration économique. C'est en particulier le cas des branches des services dynamiques qui font l'objet de la présente publication à savoir : industrie de l'information et industrie culturelle; finance et assurances; services professionnels, scientifiques et techniques. Ces branches d'activités représentent une partie appréciable du PIB, et, de plus elles sont celles qui s'occupent de la diffusion de l'information, de l'organisation des finances et de l'immobilier et de l'aide aux entreprises dans la pratique des affaires. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain. La présente publication couvre également les services d'hébergement et de restauration et les arts, spectacles et loisirs.

Les branches de services ne sont pas toutes pareilles et toutes n'ont pas le même impact dynamique sur l'économie. Au total, elles comptent pour les deux tiers du PIB. Ce total recouvre les services examinés dans cette publication ainsi que les services gouvernementaux et institutionnels, les services reliés au mouvement des biens et les services vendus avant tout aux ménages. La plupart des autres branches de services sont couvertes par les programmes statistiques existants, tandis que la présente publication comble une lacune, puisqu'elle porte plus sur les services aux entreprises. Pour cela, elle exploite un certain nombre de sources de données et fournit des renseignements à un niveau de détail sans précédent.

Dans cette publication : Description des données et analyse

On y trouve un ou deux articles de fond par numéro, et plusieurs éditions incluent une section qui décrit brièvement les développements notables ayant lieu dans le secteur des services. Suivent des indicateurs statistiques trimestriels pour cinq groupes du secteur des services. Les données de la partie principale comprennent les données financières, de l'emploi, de la rémunération et du PIB par branche d'activité qui facilitent l'analyse de la performance industrielle. Elle contient également une section consacrée à une vue d'ensemble du secteur des services.

Data Sources

Employment data come from the monthly Labour Force Survey (LFS) of Statistics Canada's Labour Force Statistics Division. These data are classified according to the North American Industrial Classification System (NAICS).

The LFS data are presented on a quarterly basis and are not seasonally adjusted. Salary data come from the monthly Survey of Employment, Payrolls and Hours (SEPH) of the Labour Division. They are presented in quarterly annualized series and are not seasonally adjusted. GDP by industry data are produced monthly at the Industry Measures and Analysis Division (IMAD). They are also presented as quarterly annualized series and are seasonally adjusted. The salary and GDP data are broken down according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E).

For the Services Overview section, data are published as produced at the sources. Data on consumer spending come from the National Accounts and Environment Division (NAED). They are annualized, seasonally adjusted series. Data on prices come from the monthly Consumer Price Index (CPI) of the Prices Division and are presented on a quarterly basis. Finally, data on international trade are compiled by the Balance of Payment Division (BOP) and are seasonally adjusted. Seasonally adjusted data are indicated by "s.a."

Data Revisions

Data revisions follow the revision cycles of the sources. Normally LFS and CPI data are not revised. IOFD data are revised only for the previous quarter, and once a year for the previous three years. SEPH data are revised for the previous month and they will affect only the last quarter. IMAD data are revised monthly for all the months of the calendar year. In addition, SEPH and IMAD data are revised annually for several quarters. NAED and BOP data are revised every quarter back to the first quarter of the calendar year and once a year for several quarters.*

Sources des données

Les données de l'emploi proviennent de l'Enquête mensuelle sur la population active (EPA), que mène la Division des statistiques du travail. Ces données sont classées selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

Les données de l'EPA sont présentées sous la forme de statistiques trimestrielles brutes. Les données de la rémunération proviennent de l'Enquête mensuelle sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH), que mène la Division du travail. Ces données sont publiées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et brutes. Les données du PIB selon la branche d'activité sont produites chaque mois par la Division des mesures et de l'analyse des industries (DMAI). Elles sont également présentées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et désaisonnalisées. Les données de la rémunération et du PIB sont décomposées selon la classification type des industries pour établissements de 1980 (CTI-E).

Dans la section consacrée au survol du secteur des services, les données sont publiées telles qu'elles sont produites à la source. Les données sur les dépenses de consommation proviennent de la Division des comptes nationaux et de l'environnement (DCNE). Ces données sont des séries annualisées et désaisonnalisées. Les données des prix proviennent de l'indice mensuel des prix à la consommation (IPC) de la Division des prix, et sont présentées sur une base trimestrielle. Enfin, les données du commerce international sont rassemblées par la Division de la balance des paiements (BDP), et les séries sont désaisonnalisées. Les données désaisonnalisées sont désignées par « dés. ».

Révision des données

La révision des données suit le cycle de révision des sources. En général, les données de l'EPA et de l'IPC ne sont pas révisées. Les données de la DOFI sont révisées seulement pour le trimestre précédent, et une fois par an pour les trois années précédentes. Les données de l'EERH sont révisées pour le mois précédent, et ceci ne devrait toucher que les statistiques pour le dernier trimestre. Les données de la DMAI sont révisées chaque mois pour tous les mois de l'année civile. Par ailleurs, les données de l'EERH et de la DMAI sont révisées tous les ans pour plusieurs trimestres. Enfin, les données de la DCNE et de la BDP sont révisées tous les trimestres rétrospectivement jusqu'au premier trimestre de l'année civile, et un fois par an pour plusieurs trimestres*.

* For more information about the data sources, see *Quarterly financial statistics for enterprises*, (Catalogue No. 61-008), *The Labour Force*, (Catalogue No. 71-001), *Employment, Earnings and Hours*, (Catalogue No. 72-002), *Gross Domestic Product by Industry*, (Catalogue No. 15-001), *National Income and Expenditure Accounts*, (Catalogue No. 13-001), *The Consumer Price Index*, (Catalogue No. 62-001) and *Canada's Balance of International Payments*, (Catalogue No. 67-001).

* Pour plus de renseignements sur les sources de données, consulter *Statistique financières trimestrielles des entreprises*, (n° 61-008 au catalogue), *La population active*, (n° 71-001 au catalogue), *Emploi, gains et durée du travail*, (n° 72-002 au catalogue), *Produit intérieur brut par industrie*, (n° 15-001 au catalogue), *Comptes nationaux des revenus et dépenses* (n° 13-001 au catalogue), *L'indice des prix à la consommation* (n° 62-001 au catalogue) et *Balance des paiements internationaux du Canada* (n° 67-001 au catalogue).

To ensure clarity, selected analytical ratios, charts and descriptive and analytical notes are dispersed throughout the publication. Tables, charts and notes are complementary and combine to provide a complete picture.

Reader Participation

This publication provides a balanced information package. However, it cannot present all of the available data. Readers are encouraged to suggest additions or changes to the material presented. More specific and immediate data needs can be satisfied on an individual basis. In both cases readers are invited to contact Don Little (Telephone: 613-951-6739 or FAX: 613-951-6696).

Pour des considérations de clarté, des ratios analytiques, des graphiques, des descriptions et des notes analytiques sont dispersés dans toute la publication. Des tableaux, des graphiques et des notes viennent compléter la publication et se combinent pour donner une image complète.

Participation des lecteurs

Cette publication contient un ensemble d'informations bien équilibré. Cependant, elle ne peut présenter toutes les données existantes. Les lecteurs sont invités à proposer des ajouts ou des changements aux données présentées. On peut répondre individuellement aux lecteurs qui ont des besoins plus précis et immédiats en matière de données. Dans les deux cas, les lecteurs sont priés de communiquer avec Don Little (téléphone : 613-951-6739 ou télécopieur : 613-951-6696).

Thank-you

Thank you for your interest in Services Indicators. Your constant support and feedback will help us to continually improve the quality and usefulness of this publication.

Merci

Merci à notre clientèle pour l'intérêt apporté à Indicateurs des services. Votre support constant et vos commentaires nous aideront à continuer d'améliorer la qualité et l'utilité de cette publication.

Recent Feature Articles

- **Business Services - Part 1: Evolution**
(2nd Quarter 1994)
- **Business Services - Part 2: The Human Side**
(3rd Quarter 1994)
- **Strategic R&D Alliances**
(4th Quarter 1994)
- **The Demand for Telecommunication Services**
(1st Quarter 1995)
- **Television: Glorious Past, Uncertain Future**
(2nd Quarter 1995)
- **The Industrial Organization of the Property and Casualty Insurance Business**
(3rd Quarter 1995)
- **Human Resources in Science and Technology in the Services Sector**
(4th Quarter 1995)
- **Access to the Information Highway**
(1st Quarter 1996)
- **Temporary Help Service Industry: Its Role, Structure and Growth**
(2nd Quarter 1996)
- **Two Decades of Financial Intermediation by the Canadian Insurance Business**
(3rd Quarter 1996)
- **Research and Development in a Service Economy**
(4th Quarter 1996)
- **Access to the Information Highway: The Sequel**
(1st Quarter 1997)
- **Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector**
(2nd Quarter 1997)

Études spéciales récemment parues

- **Services aux entreprises - Partie 1 : Évolution**
(2^e trimestre 1994)
- **Services aux entreprises - Partie 2 : L'aspect humain**
(3^e trimestre 1994)
- **Alliances stratégiques de R-D**
(4^e trimestre 1994)
- **La demande de services de télécommunications**
(1^{er} trimestre 1995)
- **La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain**
(2^e trimestre 1995)
- **L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers**
(3^e trimestre 1995)
- **Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services**
(4^e trimestre 1995)
- **Accès à l'autoroute de l'information**
(1^{er} trimestre 1996)
- **Le secteur des services d'aide temporaire : rôle, structure et croissance**
(2^e trimestre 1996)
- **Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes**
(3^e trimestre 1996)
- **Recherche et développement dans une économie fondée sur les services**
(4^e trimestre 1996)
- **Accès à l'autoroute de l'information : La suite**
(1^{er} trimestre 1997)
- **Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services**
(2^e trimestre 1997)

- **How Resilient is the Services Sector to Recession?**
(3rd Quarter 1997)
- **Re-engineering Growth: A Profile of the Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services Industry**
(3rd Quarter 1997)
- **The Software Development and Computer Services Industry: An Overview of Developments in the 1990s**
(4th Quarter 1997)
- **The Emergence of Logistics Services: Measurement Issues**
(4th Quarter 1997)
- **Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector**
(1st Quarter 1998)
- **Leasing Services Industries in the 1990s**
(1st Quarter 1998)
- **“Can I Help You?”: The Rise in Household Spending on Services**
(2nd Quarter 1998)
- **Are Jobs Less Stable in the Services Sector?**
(2nd Quarter 1998)
- **Entertainment Services: A Growing Consumer Market**
(3rd Quarter 1998)
- **Employment and Remuneration in the Services Industries Since 1984**
(3rd Quarter 1998)
- **Room Utilization in the Traveller Accommodation Industry**
(4th Quarter 1998)
- **The Gambling Industry: Raising the Stakes**
(4th Quarter 1998)
- **Getting Connected or Staying Unplugged: The Growing Use of Computer Communications Services**
(1st Quarter 1999)
- **Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?**
(3^e trimestre 1997)
- **Repenser la croissance : un profil du secteur des services d'architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques**
(3^e trimestre 1997)
- **L'industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l'évolution dans les années 1990**
(4^e trimestre 1997)
- **L'émergence des services logistiques : questions de mesure**
(4^e trimestre 1997)
- **Gains et pertes d'emplois : une étude du secteur des services**
(1^{er} trimestre 1998)
- **Le secteur des services de location au cours des années 1990**
(1^{er} trimestre 1998)
- **«Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services**
(2^e trimestre 1998)
- **Les emplois sont-ils moins stables dans le secteur tertiaire?**
(2^e trimestre 1998)
- **Les services de divertissement : un marché de consommation en croissance**
(3^e trimestre 1998)
- **Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984**
(3^e trimestre 1998)
- **Utilisation des chambres dans le secteur de l'hébergement des voyageurs**
(4^e trimestre 1998)
- **Jeux de hasard : miser gros**
(4^e trimestre 1998)
- **Être branché ou ne pas l'être : Croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
(1^{er} trimestre 1999)

- **Challenges Facing Canada's Internet Service Providers; A Snapshot from a Survey of ISPs**
(1st Quarter 1999)
- **Specialized Big-Box Stores**
(2nd Quarter 1999)
- **Innovation in the Engineering Services Industry**
(3rd Quarter 1999)
- **Profile of Canada's Travel Agency Industry**
(3rd Quarter 1999)
- **Food Services Competition in the 1990s**
(4th Quarter 1999)
- **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : Survol tiré d'une enquête des FSI**
(1^{er} trimestre 1999)
- **Les magasins spécialisés à grande surface**
(2^e trimestre 1999)
- **Innovation dans les services d'ingénierie**
(3^e trimestre 1999)
- **Profil du secteur des agences de voyages du Canada**
(3^e trimestre 1999)
- **La concurrence dans les services de restauration durant les années 90**
(4^e trimestre 1999)



Services Overview

Aperçu général des services

This section presents information that refers to the activity of the services industries. The industries covered under this aggregation, for GDP purposes, are:

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Transportation and Storage (45, 46, 47)

Communications (48)

Wholesale Trade (50-59)

Retail Trade (60-69)

Finance, Insurance and Real Estate (70-76)

Business Services (77)

Government Services (81-84)

Educational Services (85)

Health and Social Services (86)

Accommodation, Food and Beverage Services (91, 92)

Amusement and Recreation (96)

Personal and Household Services (97)

Other Services (98-99)

Information on consumer spending and prices refer to aggregations of service *commodities*. International trade in services comprises the following activities: travel, transportation, commercial services and government transactions and other services.

On présente ici l'activité de l'ensemble des branches de services. Les branches qui auront été agrégées ici pour les renseignements concernant le PIB sont :

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Transport et entreposage (45, 46, 47)

Communications (48)

Commerce de gros (50-59)

Commerce de détail (60-69)

Finances, assurances et services immobiliers (70-76)

Services aux entreprises (77)

Services gouvernementaux (81-84)

Enseignement (85)

Soins de santé et services sociaux (86)

Hébergement et restauration (91, 92)

Services de divertissements et loisirs (96)

Services personnels et domestiques (97)

Autres services (98-99)

Les renseignements concernant les dépenses de consommation et les prix se rapportent aux agrégations des *produits* de services. Le commerce international des services comprend les services suivants : voyages, transports, services commerciaux, opérations gouvernementales, autres services.

Services overview

Highlights — 4th Quarter 1999

Compared to the 3rd quarter of 1999:

- Output from the service sector grew in real terms by 0.8% this quarter, identical to the growth rate recorded in the third quarter. Fourth quarter growth was low relative to the goods sector's rapid 1.6% increase. Within the service sector, output rose most rapidly in the postal and courier services industry (+4.3%), computer and related services (+4.0%), food and beverage services (+2.2%) and the amusement and recreational services industries (+2.1%). The largest declines occurred for insurance and real estate agents (-4.3%) and the accounting and legal services industry (-0.9%).
- Consumer spending on services grew by a rapid 1.3% this quarter. This exceeded the 1.1% rise in spending on goods, despite rapid growth in outlays for alcoholic beverages and motor and other fuels. Spending growth on services was particularly high this quarter for recreational services (+3.6%), communications services (+3.2%) and restaurants and accommodation services (+2.6%).
- Although there was a weakening in the results for Canada's trade in merchandise this quarter, trade in services improved somewhat. Canada's trade deficit in services was \$1.6 billion in the fourth quarter. Canada's services exports grew nearly twice as rapidly as services imports, allowing the services

Aperçu général des services

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

Comparaison avec le 3^e trimestre de 1999 :

- Au quatrième trimestre, la production dans le secteur des services a augmenté de 0,8 %, en chiffres absolus, soit dans une proportion identique à celle enregistrée au troisième trimestre. Il s'agit toutefois d'une croissance modeste, lorsqu'on la compare au gain notable réalisé par le secteur des biens (+1,6 %). À l'intérieur du secteur des services, les hausses les plus rapides ont été enregistrées dans les services postaux et de messagerie (+4,3 %), les services informatiques et connexes (+4,0 %), les services de restauration (+2,2 %), ainsi que les services de divertissement et de loisirs (+2,1 %). À l'opposé, les agents d'assurance et agents immobiliers (-4,3 %), de même que les services de comptabilité et les services juridiques (-0,9 %), ont affiché les plus fortes baisses.
- Les dépenses à la consommation au titre des services se caractérisent par une progression appréciable de 1,3 % au quatrième trimestre, supérieure à celle de 1,1 % des dépenses au poste des biens, elles-mêmes favorisées par l'accroissement des dépenses pour les boissons alcoolisées, l'essence et autres carburants. Au quatrième trimestre, les dépenses ont été particulièrement élevées dans les services de loisirs (+3,6 %), les services de communications (+3,2 %) et les services de restauration et d'hébergement (+2,6 %).
- Alors que l'on observe un ralentissement du commerce de marchandises au quatrième trimestre, le commerce des services, lui, s'améliore quelque peu, et le déficit commercial du Canada au titre des services se fixe à 1,6 milliard de dollars. Les exportations de services par le Canada ont en effet progressé à un rythme près de deux fois supérieur à la

Key Services Indicators

Variables	Growth since last quarter	Growth since same quarter last year
GDP (real)	↑ 0.8%	↑ 3.7%
Cons. Spending	↑ 1.3%	↑ 4.3%
Prices	↑ 0.1%	↑ 2.0%
Exports	↑ 2.3%	↑ 7.1%
Imports	↑ 1.2%	↑ 5.2%
Employment	...	↑ 2.5%

Indicateurs clés des services

Variables	Croissance depuis le dernier trimestre	Croissance depuis le même trimestre l'année précédente
PIB (réel)	↑ 0,8 %	↑ 3,7 %
Dép. des consom.	↑ 1,3 %	↑ 4,3 %
Prix	↑ 0,1 %	↑ 2,0 %
Exportations	↑ 2,3 %	↑ 7,1 %
Importations	↑ 1,2 %	↑ 5,2 %
Emploi	...	↑ 2,5 %

trade deficit to decline for the second consecutive quarter — this time by 6.6%. This could be attributed to higher exports of transportation services and commercial services, and slow growth in imports of commercial services.

- As is usually the case, the service sector increasingly relied on part-time employees late in the calendar year. The proportion of the services workforce working part-time rose from 22.6% in the third quarter to 25.0% in the fourth quarter. This resembled the seasonal shifts of recent years. In most fourth quarters restaurants, amusement parks, retailers, accounting firms and the educational services industry tend to rely more on part-time help.

croissance des importations, entraînant du même coup une réduction du déficit commercial au poste des services, pour un deuxième trimestre consécutif. La baisse au quatrième trimestre a été de 6,6 % et pourrait s'expliquer par la hausse des exportations de services de transport et de services commerciaux, conjuguée à la baisse des importations de services commerciaux.

- Comme cela se produit habituellement vers la fin de l'année civile, le secteur des services a eu de plus en plus recours à des travailleurs à temps partiel, au quatrième trimestre. De fait, la proportion des effectifs travaillant à temps partiel dans le secteur des services est passée de 22,6 % au troisième trimestre, à 25,0 % au quatrième, cette tendance rappelant les fluctuations saisonnières des dernières années. Il est en effet fréquent que les restaurants, les parcs d'attractions, les détaillants, les firmes comptables et les services d'enseignement fassent davantage appel à des travailleurs à temps partiel, au quatrième trimestre.

Highlights — 4th Quarter 1999

Compared to the 4th quarter of 1998:

- Although service sector output was 3.7% higher this quarter in real terms than it was in the fourth quarter of 1998, this was surpassed by the robust 6.4% GDP growth rate of the goods sector. Goods sector output normally fluctuates more with the business cycle than does services output, therefore in periods of economic expansion the goods sector tends to grow at a relatively robust pace. For example, since the fourth quarter of 1992, when the last recession ended, goods sector output has climbed in real terms by 31.4% compared to 22.7% for the service sector.
- Relative to the fourth quarter of 1998, services output has risen most rapidly in computer and related services (+21.3%), the telecommunication carriers and other telecommunications industries (13.8%), and the other financial intermediaries industry category (+10.1%). However, these gains were partly offset by small output declines in architectural and other scientific and technical services (-1.7%), health and social services (-1.0%) and advertising services (-0.5%).
- Canada's trade deficit in services has fallen since the fourth quarter of 1998 from \$1.75 billion to \$1.62 billion. Although services imports have climbed by 5.2%, Canada's exports of services have risen 7.1% due to rapid growth in receipts for transportation services and commercial services.
- Of the 390,000 jobs created in Canada since the last quarter of 1998, some 267,000 were in the service sector. Employment growth in services was especially strong in wholesale trade (+96,000 jobs), educational services (+40,000), transportation (+38,000) and computer systems design and related services (+23,000). These gains were partially offset by job losses in telecommunications services (-33,000) and retail trade (-28,000).

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

Comparaison avec le 4^e trimestre de 1998 :

- Même si la production du secteur des services a augmenté de 3,7 %, en chiffres absolus, depuis le quatrième trimestre de 1998, cette hausse est modeste lorsqu'on la compare à la forte augmentation de 6,4 % du PIB du secteur des biens. Cependant, la production dans le secteur des biens a tendance à fluctuer davantage en fonction du cycle économique que celle du secteur des services, de telle sorte que le secteur des biens tend à croître à un rythme relativement important en périodes d'expansion économique. Si l'on examine par exemple les résultats depuis le quatrième trimestre de 1992 – au moment où a pris fin la dernière récession – on remarque que la production du secteur des biens a fait un bond de 31,4 % (en termes réels), alors que la hausse n'a été que de 22,7 % dans le secteur des services.
- Les augmentations les plus notables au cours de la dernière année ont été obtenues dans les secteurs des services informatiques et services connexes (+21,3 %), des télécommunications et autres services de télécommunications (13,8 %) et des autres intermédiaires financiers (+10,1 %). Elles ont toutefois été neutralisées, en partie, par de légers reculs dans les services d'architecture et autres services scientifiques et techniques (-1,7 %), les services de santé et services sociaux (-1,0 %) et les services de publicité (-0,5 %).
- Le déficit commercial du Canada au poste des services a diminué depuis le quatrième trimestre de 1998, passant de 1,75 milliard à 1,62 milliard de dollars. Bien que les importations de services aient augmenté de 5,2 %, les exportations canadiennes ont grimpé de 7,1 % grâce à la forte hausse dans les domaines des services de transport et des services commerciaux.
- Enfin, parmi les 390 000 emplois qui ont été créés au Canada depuis le dernier trimestre de 1998, quelque 267 000 l'ont été dans le secteur des services. La création d'emplois a été particulièrement marquée dans le commerce de gros (+96 000 emplois), les services d'enseignement (+40 000), les transports (+38 000) et la conception de systèmes informatiques et services connexes (+23 000). Ces augmentations sont partiellement annulées par des pertes dans les services de télécommunications (-33 000 emplois) et le commerce de détail (-28 000 emplois).

Services sector overview

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

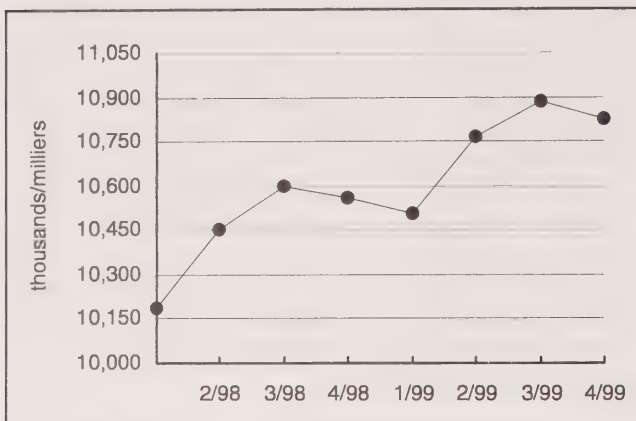


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

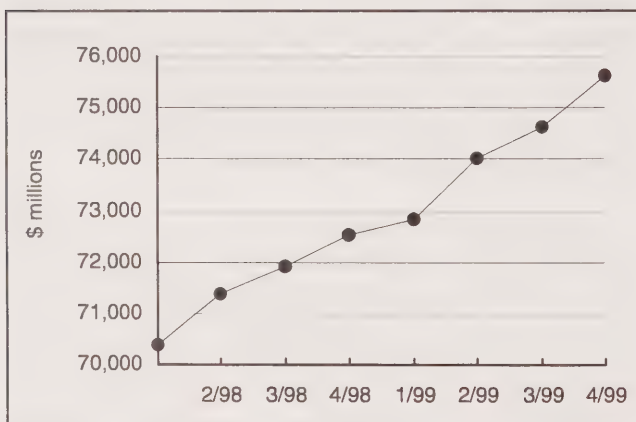
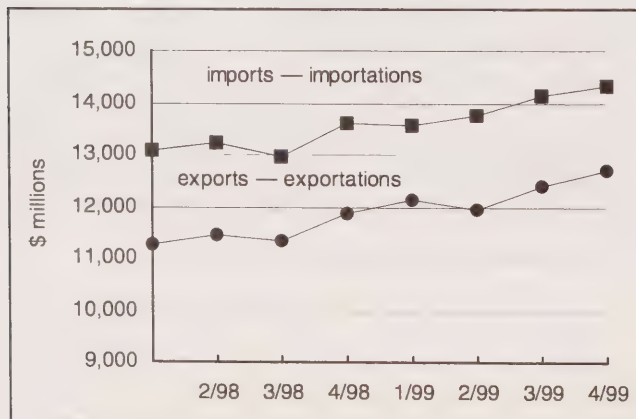


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services



Aperçu général dans le secteur des services

Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

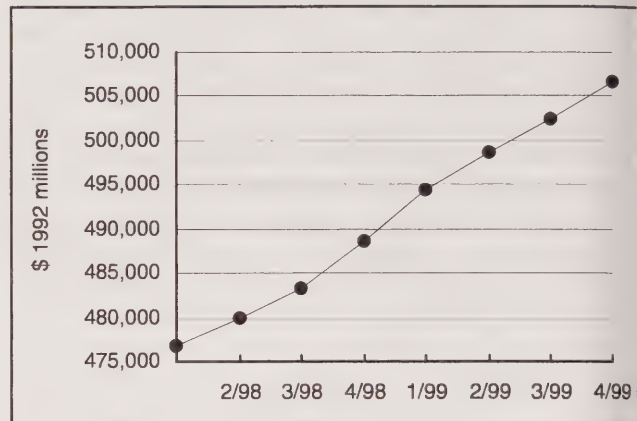


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

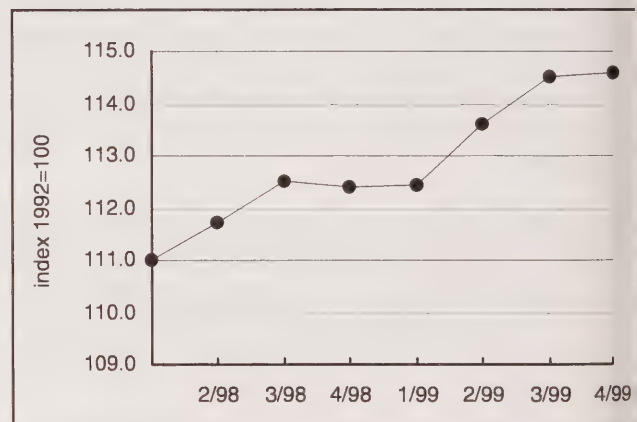


Chart 6. Services trade balance

Graphique 6. Solde du commerce international dans le secteur des services

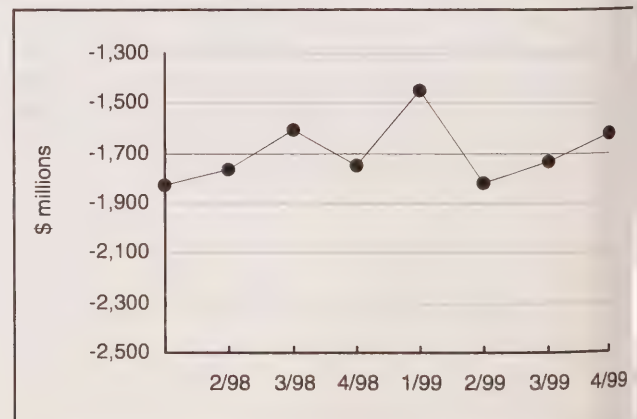


Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

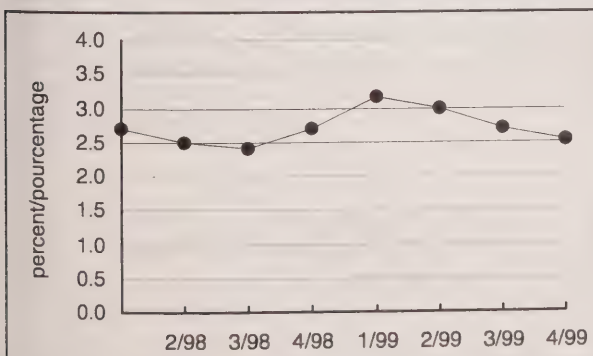
	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Employment	thousands — milliers								Emploi
Overall economy	13,648	14,150	14,485	14,278	14,052	14,550	14,855	14,668	Économie globale
Services	10,187	10,454	10,600	10,556	10,507	10,766	10,885	10,823	Services
Full-time	7,722	8,056	8,358	8,004	7,979	8,358	8,618	8,297	Plein temps
Part-time	2,465	2,398	2,242	2,552	2,529	2,408	2,267	2,525	Temps partiel
Self-employment*	1,660	1,679	1,701	1,717	1,721	1,771	1,749	1,743	Travail autonome*
GDP (s.a. and annualized)	millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								PIB (dés. et annualisé)
All industries	715,659	718,387	720,703	729,272	738,314	744,665	754,524	762,657	Toutes les industries
Services	476,815	479,839	483,214	488,696	494,349	498,598	502,406	506,614	Services
Consumer spending (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Dépenses de consommation (dés.)
Overall economy	130,235	132,654	133,490	133,960	135,282	137,419	139,630	141,309	Économie globale
Services	70,400	71,389	71,902	72,507	72,820	74,009	74,608	75,600	Services
Prices	CPI 1992=100 — IPC 1992=100								Prix
All items	108.3	108.6	108.7	108.9	109.2	110.3	111.1	111.5	Ensemble
Services	111.0	111.7	112.5	112.4	112.4	113.6	114.5	114.6	Services
International Trade (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Commerce international (dés.)
Merchandise									Marchandises
Exports	77,610	78,287	81,301	85,064	86,272	87,456	92,606	94,266	Exportations
Imports	73,251	74,429	75,623	80,097	78,727	79,782	82,434	85,719	Importations
Balance	4,359	3,858	5,678	4,967	7,545	7,674	10,172	8,547	Solde
Services									Services
Exports	11,246	11,449	11,354	11,852	12,131	11,937	12,401	12,689	Exportations
Imports	13,075	13,217	12,965	13,600	13,582	13,759	14,137	14,312	Importations
Balance	-1,829	-1,768	-1,611	-1,748	-1,451	-1,822	-1,736	-1,623	Solde

Analytical table — Tableau analytique

Services from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier					Services Taux de variation (%)				
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Employment	2.7	2.5	2.4	2.7	3.2	3.0	2.7	2.5	Emploi
Full-time	3.8	2.7	2.5	2.3	3.3	3.8	3.1	3.7	Plein temps
Part-time	-0.7	1.9	1.7	3.9	2.6	0.4	1.1	-1.0	Temps partiel
Self-employment*	6.9	2.8	2.5	4.5	3.7	5.5	2.9	1.5	Travail autonome*
Services from last quarter — par rapport au dernier trimestre					Services Taux de variation (%)				
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
GDP (real)	0.8	0.6	0.7	1.1	1.2	0.9	0.8	0.8	PIB (réel)
Consumer spending	0.7	1.4	0.7	0.8	0.4	1.6	0.8	1.3	Dépenses de consommation
Prices	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.0	1.0	0.8	0.1	Prix
Exports	3.8	1.8	-0.8	4.4	2.4	-1.6	3.9	2.3	Exportations
Imports	-0.1	1.1	-1.9	4.9	-0.1	1.3	2.7	1.2	Importations

* The self-employed are also included in the part-time and full-time categories.

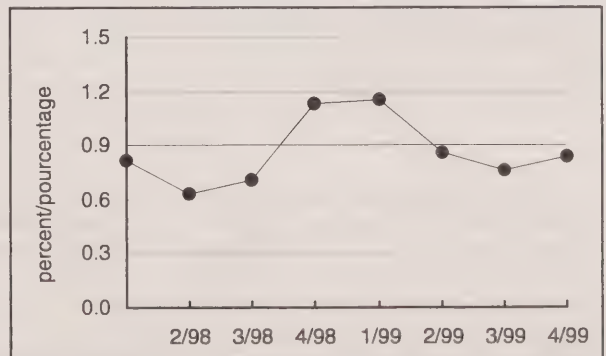
* Le travail autonome est aussi inclus dans les catégories plein temps et temps partiel.

Chart 7. Services employment growth rate¹Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹¹ Measured as growth versus the same quarter last year.

Établi comme une croissance par rapport au même trimestre l'année précédente.

Chart 8. Services real GDP growth rate

Graphique 8. Taux de croissance réel du PIB





Analytical Studies Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Feature Article

Étude spéciale

Food services competition in the 1990s

Don Little and Leslie Bennett¹
 Service Industries Division
 Telephone: (613) 951-6739
 Fax: (613) 951-6696
 E-mail: littdon@statcan.ca

Just as food stores compete with one another for consumer food dollars, restaurants and other food service providers² compete for spending on food eaten outside the home. But the competition, especially in the 1990s, doesn't necessarily end there. In recent years, food stores and food service providers have increasingly competed against each other with pre-prepared meals from grocery stores and restaurant-prepared meals more easily substituting for traditional home-cooked meals. As a result, at various points, food service operators have increased their share of the market for food to the detriment of food stores, and vice versa.

This article will examine how food service providers and food stores have competed for Canadians' food dollars in the 1990s, and then look at how this intense competition has affected both industries. Each industry has evolved with the objective of improving efficiency and gaining additional market share.

However, not all developments have occurred on the supply-side. Demand has also shifted as consumer preferences have been influenced by social developments, changes in public policy, and cyclical fluctuations in the economy. This article outlines some reasons for changes in both the demand for, and supply of, each industry's outputs. It will also profile in detail some characteristics of the consumer market for food services.

¹ This article significantly benefited from comments by Ulysse Nevraumont, Janice McMechan and Gord Baldwin.

² Unless otherwise stated, the food services industry (SIC-E 921) is comprised of licensed and unlicensed restaurants, take-outs, caterers and taverns. Again unless otherwise stated, food stores encompass supermarkets and grocery stores (SIC-E 6011), and exclude specialty food stores, warehouse club stores, mass merchandisers and drug stores.

La concurrence dans les services de restauration durant les années 90

Don Little et Leslie Bennett¹
 Division des industries de service
 Téléphone : (613) 951-6739
 Télécopieur : (613) 951-6696
 Courriel : littdon@statcan.ca

Tout comme les magasins d'alimentation se font concurrence entre eux pour obtenir la faveur des consommateurs, de même les restaurants et autres fournisseurs de services de restauration² se disputent les sommes consacrées par les consommateurs aux aliments achetés dans les restaurants. Dans ce dernier cas, toutefois, la concurrence ne se limite pas nécessairement aux entreprises d'un même secteur, comme on a pu le constater plus particulièrement durant les années 90. On observe en effet depuis quelques années une concurrence croissante entre les magasins d'alimentation et les fournisseurs de services de restauration, les premiers offrant des mets préculinés et les autres des repas préparés qui se veulent des produits de substitution aux repas traditionnellement préparés à la maison. Ces tendances ont eu pour effet d'accroître, selon la période, la part de marché détenue par les exploitants de services d'alimentation au détriment des magasins d'alimentation, et vice versa.

Nous examinons dans cet article la concurrence que se sont livrés les fournisseurs de services de restauration et les magasins d'alimentation durant les années 90, et les effets que cette vive concurrence a eu sur chaque secteur, chacun poursuivant l'objectif d'accroître son efficacité et sa part de marché.

Il convient toutefois de noter que les changements qui sont survenus ne sont pas tous liés à l'offre et qu'il y a eu également évolution des préférences des consommateurs (demande), sous l'effet des développements sociaux, de l'évolution des politiques publiques et des fluctuations cycliques de l'économie. Nous examinons également certains facteurs à l'origine de l'évolution de la demande, et de l'offre, dans chaque secteur et décrivons en détail certaines caractéristiques du marché des services de restauration.

¹ Cet article a bénéficié des précieux commentaires d'Ulysse Nevraumont, de Janice McMechan et de Gord Baldwin.

² Sauf indication contraire, la branche des services de restauration (CTI-E 921) comprend les restaurants avec et sans permis de boissons, les services de mets à emporter, les traiteurs et les tavernes. De même, à moins d'indication contraire, les magasins d'alimentation incluent les supermarchés et les épiceries (CTI-E 6011) et excluent les magasins d'alimentation spécialisés, les magasins-entrepôts, les grandes surfaces et les pharmacies.

Food service providers continue to increase their share of the consumer food market

The food service and food store industries are important to the overall economy as a sizeable proportion of all personal expenditures by Canadians go towards food. In 1998 a total of \$77.6 billion was spent on food³ — the equivalent of nearly 15% of all personal expenditures made by Canadians that year. Moreover, these industries also generate spinoff activities in such related industries as food manufacturing, wholesale trade and transportation.

During the 1990s, personal expenditures on food increased 34.2%. This was largely due to an 18.8% rise in food prices and an 11.0% increase in Canada's population from 1989 to 1998.⁴ The food service industry benefited more from this added demand than the food stores industry. Spending on meals outside the home, typically those made in restaurants, increased 42.2% from 1989 to 1998. Meanwhile, expenditures on food and non-alcoholic beverages — those purchased in supermarkets, grocery stores and other food stores — rose 30.3%.

The trend towards more meals outside the home marks the continuation of a shift in consumer preferences that was already underway in previous decades. For example, from 1961 to 1989, while consumer spending at food stores increased eight-fold, spending on meals outside the home rose by a factor of almost nineteen.⁵

Viewed from another perspective, only one-sixth of all 1961 personal expenditures on food were spent on meals outside the home. By 1989, this proportion had doubled to one-third. These proportions are useful indicators of the extent to which the food store industry has lost a share of the consumer market for food to restaurants and other food service providers.

Les fournisseurs de services de restauration continuent d'accroître leur part du marché de l'alimentation

Le secteur de la restauration et les magasins d'alimentation occupent une place importante dans l'ensemble de l'économie, une proportion appréciable des dépenses des consommateurs canadiens étant consacrée à l'alimentation. En 1998, les Canadiens ont consacré au total 77,6 milliards de dollars à ce poste³, soit près de 15 % de l'ensemble des dépenses personnelles des Canadiens, cette année-là. À cela s'ajoute l'activité que génèrent ces deux secteurs dans des secteurs connexes, comme ceux de la transformation des aliments, du commerce de gros et du transport.

Les dépenses alimentaires des particuliers se sont accrues de 34,2 % durant les années 90; cette hausse tient en grande partie à l'augmentation de 18,8 % du prix des aliments ainsi qu'à l'accroissement de 11,0 % de la population du Canada, de 1989 à 1998⁴. Cependant, cet accroissement de la demande a profité davantage aux services de restauration qu'aux magasins d'alimentation, comme en témoignent les chiffres qui suivent. En fait, les dépenses consacrées aux repas pris à l'extérieur de la maison — généralement dans des restaurants — ont augmenté de 42,2 % de 1989 à 1998, alors que les dépenses consacrées à l'achat d'aliments et de boissons non alcoolisées (dans les supermarchés, les épiceries et autres magasins d'alimentation) se sont accrues de 30,3 %.

Cette tendance en faveur d'une augmentation des repas pris au restaurant reflète des changements dans les préférences des consommateurs, déjà perceptibles quelques décennies auparavant. Ainsi, alors que les dépenses de consommation dans les magasins d'alimentation ont augmenté de huit fois, de 1961 à 1989, la hausse a été de près de dix-neuf fois dans le cas des repas pris au restaurant⁵.

Examinés sous un autre angle, ces données indiquent que les repas pris au restaurant ne représentaient qu'un sixième des dépenses alimentaires personnelles en 1961; en 1989, cette proportion avait doublé pour s'établir à un tiers. Ces proportions sont d'utiles indicateurs qui témoignent des gains réalisés par les restaurants et autres fournisseurs de services de restauration, au détriment des magasins d'alimentation.

³ The consumer food market is defined here as comprising personal expenditures on meals outside the home and those made at any food store on food and non-alcoholic beverages. Data source: Series JT101 and JT193 from Statistics Canada's Income and Expenditures Accounts Division.

⁴ Sources: CANSIM series P100001 and C892268. In fact, the 12.5% rate of real (after inflation) growth in the consumer market for food only slightly exceeded Canada's 11.0% rate of population growth from 1990 to 1998.

⁵ Despite the huge rise in spending on meals outside the home, spending at food stores still grew more rapidly in real terms (+69.2%) than did Canada's population, which expanded by 46.9%. This may have been partly due to a decline in the proportion of Canadians living on farms — people often capable of generating some of their own food. The proportion of Canadians living on farms declined from 11% in 1961 to just over 3% by the late 1980s.

³ Le marché alimentaire fait référence ici aux dépenses personnelles consacrées aux repas pris au restaurant, ainsi qu'aux aliments et boissons non alcoolisées achetées dans tout magasin d'alimentation. Source des données : Séries JT101 et JT193 de la Division des comptes des revenus et des dépenses de Statistique Canada.

⁴ Sources : Séries CANSIM P100001 et C892268. En fait, le taux de croissance réelle (après inflation) du marché alimentaire (+12,5 %) n'est que légèrement supérieur au taux de croissance démographique (+11,0 %) observé au Canada de 1990 à 1998.

⁵ Malgré la hausse considérable des dépenses consacrées aux repas pris au restaurant, les dépenses dans les magasins d'alimentation ont progressé encore davantage, en chiffres absolus (+69,2 %), que la population du Canada, laquelle s'est accrue de 46,9 %. Ceci peut s'expliquer en partie par la baisse de la proportion de Canadiens vivant sur des fermes — une population souvent en mesure de produire une partie des aliments qu'elle consomme. La proportion des Canadiens vivant à la ferme, qui était de 11 % en 1961, dépassait à peine plus de 3 % à la fin des années 80.

The food services share of the overall consumer market for food rose further during the 1990s, from 32.7% of all personal spending on food in 1989 to 34.6% in 1998. This 6% increase in market share, however, paled in comparison to the industry's momentum in the 1980s, when its' market share rose 19% (from 27.5% to 32.7%).

The food service industry's momentum was particularly stalled in the early 1990s, when it was adversely affected by two developments. First, the goods and services tax (GST) was introduced in January 1991. The GST added 7% to the prices of food services. Meanwhile, most food store items were exempted from the GST. Consequently, the food services and food stores industries experienced vastly different price inflation rates for their commodities once the GST was introduced. While the prices of food from food stores rose 2.3% in 1991, prices of food from restaurants increased 10.8%,⁶ largely because of the GST. This price change differential partly explains why Canadians reduced their personal expenditures at restaurants and other food service establishments by a real rate of 10.4% in 1991.

The second major development was the recession of the early 1990s. The food services industry is more sensitive to cyclical changes in the economy than is the food store industry (Chart 1). Spending on food services is highly related to consumers' disposable incomes which are, in turn, somewhat correlated to the health of the economy. In general, when the economy is buoyant, incomes normally rise and people face fewer financial uncertainties, making them less hesitant to treat themselves to restaurant meals. The converse also holds true. Discretionary purchases, such as those made in restaurants, are among the first that consumers scale back on during lean economic times. For example, when the recession of the early 1980s brought a 4.8% real decline in average after-tax family income in 1982-83, this prompted Canadians to reduce their personal expenditures on meals outside the home by 6.3% in real terms. Similarly, when the economy slipped into recession in 1990, the average disposable income fell 2.3% and consumer spending on meals outside the home dropped 2.4%. Incomes then fell by a further 3.3% in 1991. It is therefore highly probable that the recession contributed significantly, along with the GST, to the 10.4% real decline in personal spending on restaurant and other food services in 1991.

Au cours des années 90, la proportion du marché global de l'alimentation détenue par les services de restauration a continué de s'accroître, passant de 32,7 % des dépenses alimentaires totales en 1989, à 34,6 % en 1998. Cette hausse de 6 % est faible, toutefois, lorsqu'on la compare aux gains appréciables qu'a réalisés ce secteur durant les années 80, en augmentant sa part de marché de 19% (de 27,5 % à 32,7 %).

Deux événements en particulier sont venus freiner l'élan du secteur de la restauration, au début des années 90. Il y a eu d'abord l'introduction de la taxe sur les produits et services (TPS) en janvier 1991, qui a eu pour effet de majorer de 7 % les prix des services de restauration, sans toucher la plupart des aliments vendus dans les magasins d'alimentation. L'introduction de la TPS a donc provoqué une inflation des prix très différente dans les deux secteurs : alors que les prix des aliments vendus dans les magasins d'alimentation ont progressé de 2,3 % en 1991, les prix des aliments vendus dans les restaurants ont grimpé de 10,8 %⁶, principalement à cause de la TPS. Cet écart de prix explique en partie pourquoi les Canadiens ont réduit de 10,4 % (taux réel) leurs dépenses consacrées aux restaurants et autres établissements de restauration, en 1991.

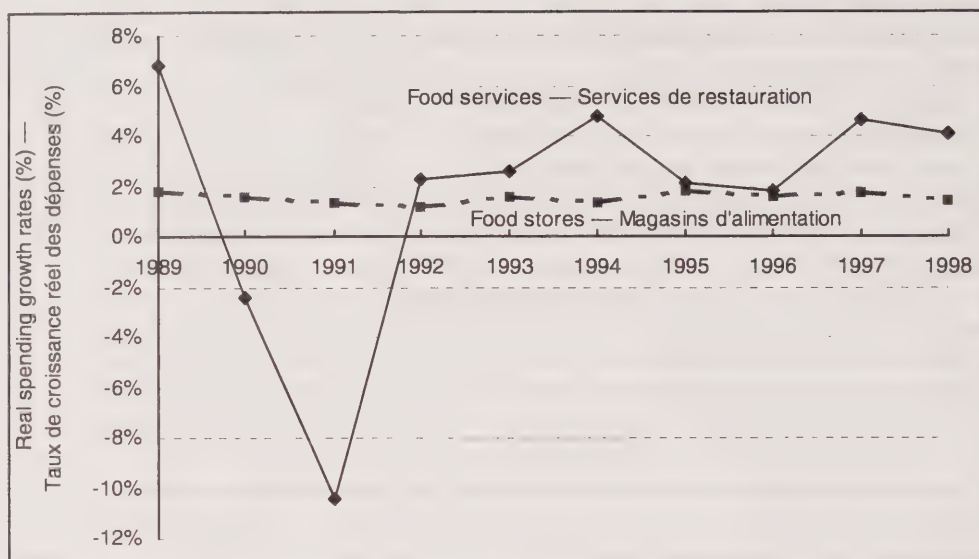
Le deuxième événement majeur a été la récession du début des années 90. Les services de restauration sont plus sensibles aux fluctuations cycliques de l'économie que ne le sont les magasins d'alimentation (graphique 1). Il existe en effet une forte corrélation entre les dépenses allouées aux repas pris au restaurant et le revenu disponible lequel, en retour, est lié dans une certaine mesure à la santé de l'économie. En général, lorsque l'économie va bien, les revenus augmentent; la situation financière des gens est alors moins incertaine et ceux-ci hésitent moins à se payer une sortie au restaurant. L'inverse est également vrai. Les dépenses discrétionnaires, comme les repas pris au restaurant, sont parmi les premières à être réduites en périodes de difficulté économique. Lorsque la récession du début des années 80 a entraîné une diminution réelle de 4,8 % du revenu familial moyen après impôt, en 1982-1983, les Canadiens ont diminué de 6,3 % (chiffres absolus) leurs dépenses personnelles au poste des repas pris au restaurant. De même, lorsqu'a débuté le ralentissement économique en 1990, le revenu disponible moyen a diminué de 2,3 % et les consommateurs ont à nouveau réduit leurs dépenses consacrées aux repas pris au restaurant, cette fois-ci de 2,4 %; les revenus ont diminué d'un autre 3,3 % en 1991. Il est donc très probable que la récession ait fortement contribué, avec l'introduction de la TPS, au recul de 10,4 % des dépenses personnelles au poste des services de restauration, en 1991.

⁶ Source: CANSIM matrix 9957, series P200073. Note that this index excludes food services provided at locations other than restaurants.

⁶ Source : CANSIM : matrice 9957, série P200073. À noter que cet indice exclut les services de restauration offerts dans des établissements autres que les restaurants.

Chart 1. Personal spending on food services fluctuates more than spending at food stores

Graphique 1. Les dépenses personnelles allouées aux services de restauration fluctuent davantage que celles consacrées aux magasins d'alimentation



Source: Series JT101 and JT193 from Income and Expenditures Accounts Division, Statistics Canada — Séries JT101 et JT193 de la Division des comptes de revenus et des dépenses, Statistique Canada

Although consumers may frequent restaurants less during a recession, very few eat significantly less food. While food services are a discretionary commodity, food itself is a necessity regardless of economic conditions. As Chart 1 demonstrates, the recession therefore had little effect on consumer expenditures at food stores which continued to grow, as they normally do, at a real rate of 1% to 2% per year.

The early 1990s' drop in personal spending on food services therefore reduced the food service industry's share of the overall consumer market for food. By 1991, this share declined to 31.1% from its previous peak of 32.7% just two years earlier (Chart 2).

However, from 1992 onwards consumer spending on food services grew more rapidly in real terms than spending at food stores. Economic expansion boosted consumer confidence, and food service providers benefited. Although real disposable incomes still remained below pre-recession levels,⁷ savings rates dipped resulting in higher consumer spending. Moreover, stock market gains in the 1990s increased the wealth of many Canadians, further improving consumer confidence. As a result, the food service

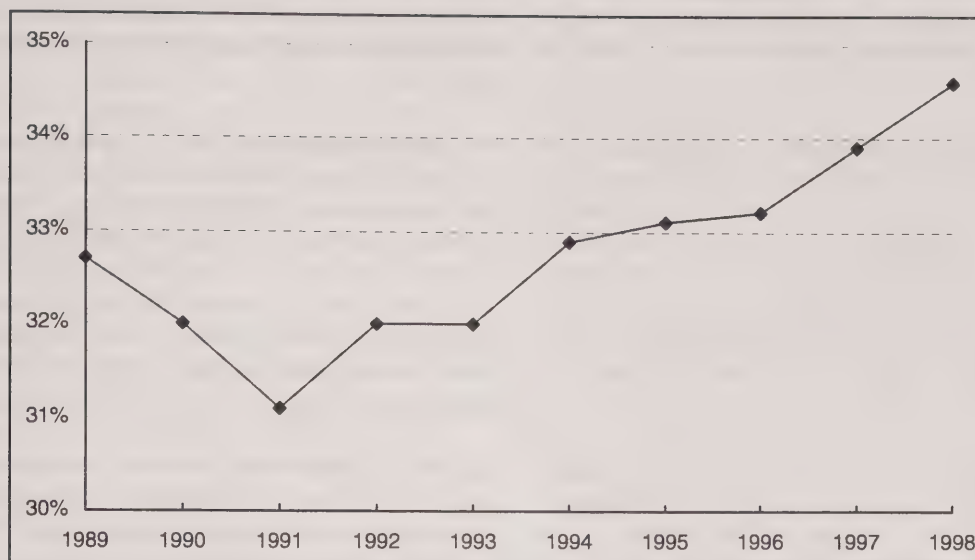
Même si les consommateurs peuvent fréquenter moins les restaurants en période de récession, très peu réduisent de façon significative leur consommation d'aliments. Ainsi, les services de restauration constituent un produit discrétionnaire, mais les aliments demeurent un produit de première nécessité, quelle que soit la situation économique. Comme l'indique le graphique 1, la récession a eu peu d'effet sur les dépenses dans les magasins d'alimentation, lesquelles ont continué de progresser normalement à un taux réel de 1 % à 2 % par année.

La diminution des dépenses consacrées aux services de restauration au début des années 90, a eu pour effet de réduire la part du marché détenue par ce secteur. En 1991, cette part avait ainsi diminué à 31,1 % alors qu'elle avait atteint un sommet de 32,7 %, à peine deux ans auparavant (graphique 2).

À partir de 1992, toutefois, les dépenses consacrées aux services de restauration ont commencé à augmenter plus rapidement (en chiffres absolus) que les dépenses dans les magasins d'alimentation. L'expansion économique a redonné confiance aux consommateurs et ceci a profité aux fournisseurs de services de restauration. En effet, bien que le revenu réel demeure inférieur au revenu d'avant la récession⁷, la baisse du taux d'épargne a contribué à un accroissement des dépenses de consommation. En outre, le redressement du marché boursier durant les années 90 a profité

⁷ In inflation adjusted 1997 dollars, the average after-tax family income in 1997 was \$37,278. This was 6.8% lower than the \$39,982 average for 1989. Source: Statistics Canada, Catalogue No. 13-210-XPB, table 19.

⁷ Exprimé en dollars de 1997 corrigés de l'inflation, le revenu familial moyen (après impôt) s'établissait à 37 278 \$ en 1997, ce qui est 6,8 % inférieur au revenu moyen de 1989 (39 982 \$). Source : Statistique Canada, n° 13-210-XPB au catalogue, tableau 19.

Chart 2. Proportion of personal expenditures on food spent on food services**Graphique 2. Proportion des dépenses alimentaires personnelles consacrée aux services de restauration**

Source: Derived from series JT101 and JT193 from Income and Expenditures Accounts Division, Statistics Canada — Données calculées à partir des séries JT101 et JT193 de la Division des comptes des revenus et des dépenses, Statistique Canada

industry's share of the consumer market for food reached an all-time high of 34.6% in 1998, an 11% increase over the industry's 1991 market share.

Other factors have also helped to boost consumer demand for food services. An obvious benefit of food services is the time and effort that consumers save by not cooking their own food. In recent years, this has become more important as Canadians are increasingly constrained for time. Women in particular, who have traditionally prepared most household meals, are more time-constrained. For example, results from the General Social Survey indicate that 21% of all women aged 15 and over perceived themselves to be time-stressed in 1998, up sharply from 16% in 1992.⁸ Household time constraints have risen in part because more women work outside the home. From 1989 to 1998, for example, the proportion of women aged 25 to 64 who were employed rose from 62% to 66%.⁹ As a result, the time available for household tasks such as cooking has diminished, making restaurants a more attractive food option to many consumers.

Another possible reason for higher food services demand may be growth in the number of single-person households. Whereas these households comprised 23.7% of all

bon nombre de Canadiens, ce qui a eu pour effet d'accroître encore davantage la confiance des consommateurs. La part du marché de l'alimentation détenue par les services de restauration a donc progressé pour atteindre un sommet inégalé de 34,6 % en 1998, une hausse de 11 % par rapport à la proportion enregistrée en 1991.

D'autres facteurs ont également favorisé l'accroissement de la demande des services de restauration. Un des avantages manifestes des services de restauration est qu'ils permettent aux consommateurs d'économiser temps et efforts, du fait qu'ils n'ont pas à préparer leurs repas. Or cet avantage a gagné en importance au cours des dernières années, les contraintes de temps devenant de plus en plus grandes, en particulier pour les femmes qui étaient traditionnellement celles qui préparaient la plupart des repas. Les résultats de l'Enquête sociale générale indiquent que 21 % des femmes âgées de 15 ans et plus se sentaient stressées à cause d'un manque de temps en 1998, cette proportion étant nettement supérieure à celle observée en 1992 (16 %).⁸ Ces contraintes de temps sont dues notamment à l'augmentation du nombre de femmes qui travaillent à l'extérieur, la proportion de femmes employées, parmi les 25 à 64 ans, étant passée de 62 % en 1989 à 66 %, en 1998.⁹ Cette participation accrue au marché du travail a eu pour effet de réduire le temps pouvant être consacré aux tâches ménagères, notamment à la préparation des repas, augmentant par le fait même l'attrait des restaurants pour bon nombre de consommateurs.

L'augmentation du nombre de ménages comptant une personne est un autre facteur susceptible d'expliquer l'accroissement de la demande de services de restauration. La proportion de ces ménages

⁸ See Statistics Canada (November 1999).

⁹ Source: Derived from CANSIM series D980046 and D980047, and Table 2790009.

⁸ Voir Statistique Canada (novembre 1999).

⁹ Source : Données calculées à partir des séries D980046 et D980047 de CANSIM et du tableau 2790009.

households in 1986, this rose to 24.1% in 1996.¹⁰ Since single-person households tend to be more frequent consumers of food services,¹¹ this may have indirectly helped the food services industry to capture a greater share of the overall consumer market for food.

Canadians may also be spending more on food services due to the greater number of food service establishments at their disposal. In 1989, for example, the number of commercial food establishments per 10,000 Canadians was 16.5. By 1998, this proportion reached 20.7 per 10,000 people. This sharp increase serves as further evidence of heightened competition in food services, and results in more choices available to consumers who concurrently became more demanding during the 1990s.¹²

Although the food service industry's market share has indeed grown in the 1990s, it is important to view Canadians' spending increases on food services in perspective. Canadians still purchase nearly two-thirds of their food from food stores. In 1998, the receipts of restaurants, caterers and taverns totaled \$27 billion, compared to the \$53 billion of retail sales recorded by supermarkets and grocery stores.¹³

As well, paradoxically, despite sharp increases in their spending on food services Canadians still spend less on eating out than do consumers in many other developed countries. Of the eight countries examined in a 1997 Euromonitor study, Canadians ranked sixth in per head spending on food services behind Japan, Spain, the United States, Italy and Britain.¹⁴

Who makes up Canada's consumer market for food services?

The Food Expenditure Survey gathers data on household spending on food according to various household characteristics. Upon converting these data to appear on a *per-person*¹⁵ basis, this section offers a glimpse at which

est en effet passée de 23,7 % en 1986, à 24,1 % en 1996¹⁰. Or comme les ménages d'une personne ont tendance à être de plus grands consommateurs des services de restauration¹¹, il est possible que l'augmentation de leur nombre ait contribué indirectement à accroître la part du marché global de l'alimentation allant aux services de restauration.

Il est possible également que la hausse des dépenses pour les services de restauration s'explique par le plus grand nombre d'établissements qui sont aujourd'hui proposés aux consommateurs. En 1989, on comptait 16,5 établissements commerciaux pour 10 000 Canadiens; en 1998, cette proportion avait atteint 20,7 pour 10 000 personnes. Cette forte hausse illustre à nouveau la concurrence accrue qui existe dans le secteur de la restauration; ce plus vaste choix offert aux consommateurs a également rendu ces derniers plus exigeants, durant les années 90¹².

Cependant, il est important d'examiner l'accroissement de la part du marché des services de restauration durant les années 90, en regard de l'ensemble des dépenses alimentaires des Canadiens, lesquelles achètent toujours près des deux tiers de leurs aliments dans les magasins d'alimentation. En 1998, les recettes des restaurants, traiteurs et tavernes ont totalisé 27 milliards de dollars comparativement à des ventes au détail de 53 milliards de dollars pour les supermarchés et les épiceries¹³.

Et, malgré la forte hausse des dépenses consacrées aux repas pris au restaurant, les Canadiens dépensent toujours moins à ce poste que les consommateurs de bon nombre d'autres pays développés. Ainsi, parmi les huit pays examinés dans le cadre d'une étude réalisée en 1997 par Euromonitor, les Canadiens viennent au sixième rang pour ce qui est des dépenses par habitant consacrées aux services de restauration, derrière le Japon, l'Espagne, les États-Unis, l'Italie et la Grande-Bretagne¹⁴.

Qui compose le marché des services de restauration au Canada?

L'Enquête sur les dépenses alimentaires recueille des données sur les dépenses alimentaires des ménages, selon divers caractéristiques du ménage. Les données de cette enquête sont ensuite converties de manière à présenter des données *par personne*¹⁵; nous présentons

¹⁰ Source: Various issues of "Family Food Expenditure in Canada", Catalogue No. 62-554.

¹¹ The next section elaborates on this in greater detail.

¹² A U.S. study found that customers grew less satisfied in the 1990s with table-service restaurants' portion sizes, atmospheres and noise levels. Source: National Restaurant Association (1998-99).

¹³ Sources: CANSIM matrix 62, series D656938; and CANSIM matrix 2299, series D658371.

¹⁴ *The Economist* (1998).

¹⁵ This study adjusts household spending data to appear on a per-person basis by dividing household spending figures by average household size. This is done because household food budgets presumably go towards feeding all household members.

¹⁰ Source : Données diverses tirées de « *Dépenses alimentaires des familles au Canada* », n° 62-554 au catalogue.

¹¹ La prochaine section traite plus en détail de cette question.

¹² Selon une étude réalisée aux États-Unis, les consommateurs ont exprimé une plus grande insatisfaction durant les années 90, à l'égard de la taille des portions servies, de l'ambiance et du niveau de bruit dans les restaurants offrant des services aux tables. Source : *National Restaurant Association* (1998-1999).

¹³ Sources : CANSIM matrice 62, série D656938; et CANSIM matrice 2299, série D658371.

¹⁴ *The Economist* (1998).

¹⁵ Les données sur les dépenses des ménages sont corrigées de manière à être exprimées par personne, en divisant les dépenses du ménage par la taille moyenne des ménages. Cette correction est faite car on suppose que le budget du ménage consacré à l'alimentation sert vraisemblablement à nourrir tous les membres du ménage.

Canadians were most- and least-likely to spend at restaurants in 1996.¹⁶

As expected, per-person restaurant spending rises with household income. While one of every four Canadians lives in a highest income quintile household, these individuals account for over one of every three consumer dollars spent in restaurants (Table 1). In contrast, although 28.6% of the population lives in one of the two lowest household income quintiles, this group comprised just 20.1% of all restaurant spending.

Where one lives also has an impact. People living in urban areas spend more per person on eating out than those who live in rural regions. Sizeable differences also exist by province. Compared to other Canadians, Maritimers spend little at restaurants, accounting for just 5.9% of Canada's restaurant spending even though they comprise 8.0% of the population. On the other hand, British Columbia residents, and to a lesser extent Quebecers and Albertans, eat out relatively more. Although these provinces contain 46.9% of the population, their residents accounted for 53.0% of all consumer spending at restaurants. The discrepancies by province may be partly due to income differences. The bottom four provinces in terms of median employment income in 1997 were all in the Maritimes. Meanwhile British Columbia and Alberta were ranked second and third in income, respectively, trailing only Ontario.¹⁷

The size of household that one lives in also influences restaurant habits. For example, in 1996, although 19.6% of Canadians lived in households containing five or more persons, these people only accounted for 11.9% of all consumer spending at restaurants. Therefore, per-person expenditures at restaurants fall as household size increases. In contrast, people living alone were over-represented in the restaurant market. Single-person households accounted for 16.3% of restaurant spending despite comprising only 9.2% of the population. When deciding whether or not to eat out, people face a tradeoff between the added costs of restaurants versus the time and effort required to prepare a home meal. This tradeoff is affected by household size. While the effort to cook a meal for several household members is *somewhat* higher

ici un portrait sommaire des Canadiens qui étaient les plus, et les moins, susceptibles de manger au restaurant, en 1996¹⁶.

Fait peu surprenant, les dépenses par personne consacrées aux repas pris au restaurant augmentent avec le revenu du ménage. Alors qu'un Canadien sur quatre vit dans un ménage qui se situe dans le quintile de revenu supérieur, un dollar sur trois alloués aux services de restauration provient de ces personnes (tableau 1). À l'opposé, 28,6 % de la population vit dans un ménage classé parmi les deux quintiles de revenu les plus bas; cependant, les dépenses consacrées par ce groupe aux repas pris au restaurant ne représentent que 20,1 % du total de ces dépenses.

Le lieu de résidence influe également sur les dépenses consacrées aux restaurants, les personnes vivant en régions urbaines dépensant davantage à ce poste, par personne, que celles vivant en régions rurales. On note également des différences appréciables entre les provinces. Ainsi, par comparaison aux autres Canadiens, les habitants des provinces Maritimes dépensent peu au restaurant; leurs dépenses à ce poste ne représentent en effet que 5,9 % de l'ensemble des dépenses des Canadiens, bien qu'ils forment 8,0 % de la population du Canada. À l'inverse, les habitants de la Colombie-Britannique et, dans une moindre mesure, les Québécois et les Albertains, mangent relativement plus au restaurant. Ces provinces, qui comptent 46,9 % de la population du Canada, obtiennent 53,0 % de l'ensemble des dépenses de consommation en services de restauration. Les écarts entre les provinces pourraient être dus en partie aux différences de revenu. De fait, les quatre provinces qui, en 1997, se situaient aux derniers rangs, en termes de revenu d'emploi moyen, étaient toutes situées dans les Maritimes. Pour leur part, la Colombie-Britannique et l'Alberta se situaient respectivement deuxième et troisième, derrière l'Ontario¹⁷.

La taille du ménage a aussi une incidence sur les habitudes de consommation au restaurant. En 1996, par exemple, 19,6 % des Canadiens vivaient dans des ménages de cinq personnes et plus; cependant, les dépenses consacrées par ces personnes à des repas pris au restaurant n'ont représenté que 11,9 % de l'ensemble des dépenses à ce poste. On constate ainsi que les dépenses par habitant en repas pris au restaurant diminuent à mesure que la taille du ménage augmente. À l'opposé, les personnes qui vivent seules sont surreprésentées parmi la clientèle des restaurants; ces ménages obtiennent en effet 16,3 % des dépenses en services de restauration, bien qu'elles ne forment que 9,2 % de la population. La décision d'aller ou non au restaurant est un choix, calculé en fonction du coût additionnel d'un repas pris au restaurant, en regard du temps et des efforts requis pour la préparation d'un repas à la maison; or la taille du ménage influe également sur ce choix. En effet, alors que la

¹⁶ The Survey defines restaurants as encompassing: table-service, fast-food, drive-in, take-out and delivery restaurants. Also included are cafeterias, snack bars, refreshment stands, canteens, caterers, vending machines, etc. For more details, see Statistics Canada (October 1998).

¹⁷ See Statistics Canada (July 1999).

¹⁶ Selon cette enquête, restaurant inclut : les restaurants offrant des services aux tables, les établissements de restauration rapide, les restauravolants, les comptoirs de mets à emporter et les restaurants offrant des services de livraison. Sont également inclus les cafétérias, les casse-croûte, les bars-rafraîchissements, les cantines, les traiteurs, les distributeurs automatiques, etc. Pour plus d'information à ce sujet, voir Statistique Canada (octobre 1998).

¹⁷ Voir Statistique Canada (juillet 1999).

Table 1. Characteristics of Canada's consumer market for restaurant services

Tableau 1. Caractéristiques du marché des services de restauration au Canada

Characteristics	Proportion of Canada's population	Proportion of consumer market for restaurants	Caractéristiques
	Proportion de la population du Canada	Proportion du marché de consommation détenue par les restaurants	
	%	%	
Income quintile:			Quintile de revenu :
Lowest	11.9	8.0	Inférieur
Second	16.7	12.1	Deuxième
Middle	19.6	19.0	Troisième
Fourth	22.9	23.3	Quatrième
Highest	24.9	34.1	Supérieur
Income not stated	<u>4.0</u>	<u>3.5</u>	Revenu non déclaré
	100.0	100.0	
Area type:			Genre de région :
Rural	17.1	14.0	Rurale
Urban	<u>82.9</u>	<u>86.0</u>	Urbaine
	100.0	100.0	
Province:			Province :
Newfoundland	1.9	0.9	Terre-Neuve
Prince Edward Island	0.5	0.4	Île-du-Prince-Édouard
Nova Scotia	3.1	2.7	Nouvelle-Écosse
New Brunswick	2.5	1.9	Nouveau-Brunswick
Quebec	24.7	26.5	Québec
Ontario	38.0	34.6	Ontario
Manitoba	3.7	3.5	Manitoba
Saskatchewan	3.3	3.1	Saskatchewan
Alberta	9.3	9.6	Alberta
British Columbia	<u>12.9</u>	<u>16.9</u>	Colombie-Britannique
	100.0	100.0	
Household size:			Taille du ménage :
One-person households	9.2	16.3	Ménages d'une personne
Two-person households	24.6	31.2	Ménages de deux personnes
Three-person households	18.9	18.7	Ménages de trois personnes
Four-person households	27.7	21.9	Ménages de quatre personnes
Five or more person households	<u>19.6</u>	<u>11.9</u>	Ménages de cinq personnes et plus
	100.0	100.0	
Household type:			Genre de ménage :
One-person households	9.2	16.3	Ménages d'une personne
Husband-wife households	76.4	71.1	Ménages époux-épouse
Lone-parent households	6.9	4.8	Familles monoparentales
Other households	<u>7.4</u>	<u>7.8</u>	Autres
	100.0	100.0	

Source: Data derived from the 1992 and 1996 editions of *Family Food expenditure in Canada*, Catalogue No. 62-554 — Données calculées à partir des éditions 1992 et 1996 de *Dépenses alimentaires des familles au Canada*, n° 62-554 au catalogue

than cooking only for oneself, a restaurant outing for several people will cost *markedly* more than an outing for just one person. In other words, the savings from cooking a home meal for several people is much higher than the savings from cooking only for oneself.

Household *type* also influences restaurant spending. While people living alone are, as was previously mentioned, over-represented in the restaurant market, husband-wife households are slightly under-represented. In contrast, lone-parent households spend little at restaurants — accounting for just 4.8% of the market despite comprising 6.9% of the population.

As well, labour force status appears to affect restaurant spending. For example, among persons living alone, those working full time spend almost three times as much at restaurants as those who are not employed. Many workers buy their lunch on a typical workday at a restaurant or cafeteria. As well, not only can a full-time worker more easily afford to eat out, most people without jobs also have more free time available to cook their own meals. This also applied to lone-parent households. Lone-parent households headed by someone working full-time had above-average spending at restaurants. Meanwhile, the 2.7% of the population living in lone-parent households with no paid employment accounted for just 1.1% of the restaurant market.

The presence of children also impacts restaurant spending, as is demonstrated by the different restaurant market shares accounted for by one-person households compared to lone-parent households. Such differences are also present when husband-wife households are examined. For example, husband-wife households without children make up 24.7% of the restaurant market even though they contain only 19.1% of the population. Couples with children, however, were under-represented. They accounted for 42.0% of restaurant spending despite comprising 50.9% of the population. This may be due to the added expenses and stresses associated with bringing children to restaurants.

Keeping costs down to stay competitive

Several supply-side developments have occurred in the food services and food stores industries in the 1990s. Some were in response to changes in consumer preferences, while others sought to reduce costs in response to intense competition. Moreover, initiatives were also taken by businesses to gain market share. All of these developments have not only affected the industries' strategies and day-to-day operations, but also the outputs that they offer.

préparation d'un repas pour plusieurs personnes nécessite *un peu plus* d'efforts que la préparation d'un repas pour une seule personne, un repas au restaurant pour plusieurs personnes coûtera *beaucoup plus cher* que s'il n'y a qu'une seule personne. En d'autres mots, les économies réalisées seront beaucoup plus grandes si le repas préparé à la maison est destiné à plusieurs personnes, plutôt qu'à une seule.

Les dépenses consacrées aux repas pris au restaurant varient également en fonction du *genre* de ménages. Ainsi, comme nous l'avons mentionné précédemment, les personnes qui vivent seules sont surreprésentées parmi la clientèle des restaurants, tandis que les ménages époux-épouse sont légèrement sous-représentés. Pour leur part, les familles monoparentales dépensent peu au restaurant, celles-ci ne représentant que 4,8 % de ce marché mais 6,9 % de la population.

La situation d'activité est un autre facteur qui influe sur les dépenses relatives aux services de restauration. Parmi les personnes qui vivent seules, par exemple, celles qui travaillent à temps plein dépensent près de trois fois plus aux restaurants que les personnes qui ne travaillent pas. Au cours d'une journée de travail normale, un grand nombre de travailleurs achètent leur dîner dans un restaurant ou une cafétéria. De plus, non seulement la personne qui travaille à temps plein peut-elle plus facilement se permettre de manger au restaurant, mais la plupart des personnes sans emploi ont également plus de temps libre pour préparer leurs repas. Ces observations s'appliquent également aux familles monoparentales; ainsi, les dépenses consacrées aux repas pris aux restaurants, par les familles monoparentales dirigées par une personne qui travaille à temps plein, sont supérieures à la moyenne, alors que les 2,7 % de la population vivant dans un ménage monoparental sans emploi rémunéré ne représentent que 1,1 % du marché des restaurants.

Enfin, la présence d'enfants a également une incidence sur les repas pris au restaurant, comme l'indiquent les différences entre les ménages d'une personne et les familles monoparentales. Ces différences sont également présentes dans le cas des ménages époux-épouse : les ménages époux-épouse sans enfant représentent 24,7 % du marché des restaurants, même s'ils ne forment que 19,1 % de la population. En revanche, les couples avec enfants sont sous-représentés, ceux-ci formant 50,9 % de la population mais ne représentant que 42,0 % des dépenses totales consacrées aux repas pris aux restaurants; l'écart dans ce dernier cas pourrait s'expliquer par les coûts et les tensions additionnels résultant de la présence des enfants aux restaurants.

Réduire les coûts pour demeurer concurrentiels

Au cours des années 90, plusieurs mesures agissant sur l'offre ont été prises par les services de restauration et les magasins d'alimentation, certaines en réponse à l'évolution des préférences des consommateurs, d'autres ayant pour but de réduire les coûts pour faire face à la vive concurrence. Diverses initiatives ont également été prises par les entreprises, dans l'espoir d'élargir leur part de marché. Tous ces changements ont eu une incidence, non seulement sur les stratégies des entreprises et leur fonctionnement quotidien, mais également sur l'offre de produits.

Labour costs

Intense competition in the 1990s has prompted food service providers and food stores to limit price increases as much as possible by containing costs. Aside from prerequisite food inputs, labor-related expenses comprise the most important element of each industry's cost structure.

The food service industry, in particular, is very labour-intensive. In 1998, for example, payroll costs comprised approximately 28% of the food service industry's operating expenses.¹⁸ In total, the food service industry¹⁹ supported a workforce of 643,300 in 1998 (Chart 3). Most people working in the industry are young, with four in ten workers under the age of twenty-five,²⁰ and the industry must cope with high employee turnover.

Although the food service industry added 118,300 workers since 1989, nearly two-thirds of these jobs were part-time. Since 1989 the proportion of the industry's workforce employed part-time rose from 38.1% to 42.7% (Chart 4).

Coûts de la main-d'oeuvre

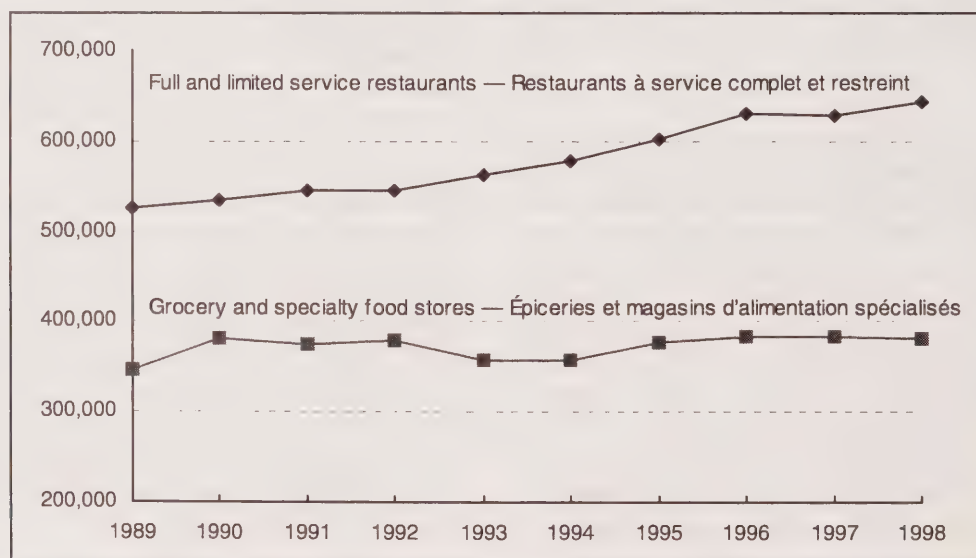
La vive concurrence au cours des années 90 a forcé les fournisseurs de services de restauration et les magasins d'alimentation à limiter le plus possible les hausses de prix, en limitant leurs coûts. Mis part les facteurs de production alimentaires nécessaires, les dépenses liées à la main-d'oeuvre représentent le poste le plus important dans la structure de coûts de chacun de ces secteurs.

Le secteur des services de restauration, tout particulièrement, requiert beaucoup de main-d'oeuvre. En 1998, par exemple, les coûts salariaux représentaient environ 28 % des dépenses d'exploitation de ce secteur¹⁸, dont les effectifs¹⁹ totalisaient 643 300 employés (graphique 3). Il s'agit pour la plupart de jeunes travailleurs, quatre employés sur dix ayant moins de 25 ans²⁰; ce secteur doit aussi faire face à un roulement élevé de la main-d'oeuvre.

Bien que 118 300 emplois aient été créés dans ce secteur depuis 1989, les deux tiers des nouveaux emplois sont à temps partiel. Depuis 1989, la proportion des effectifs de ce secteur travaillant à temps partiel a ainsi augmenté de 38,1 % à 42,7 % (graphique 4).

Chart 3. Employment levels

Graphique 3. Niveaux d'emploi



Source: Labour Force Survey special tabulation (NAICS categories 4451, 4452, 7221 and 7222) — Totalisations spéciales de l'Enquête sur la population active (catégories du SCIAN : 4451, 4452, 7221 et 7222)

¹⁸ See *Canadian Restaurant and Food Services Association* (1999), p. 6.

¹⁹ Food service employment figures are for full- and limited-service restaurants (NAICS categories 7221 and 7222).

²⁰ See *Canadian Restaurant and Food Services Association* (1999), p.17.

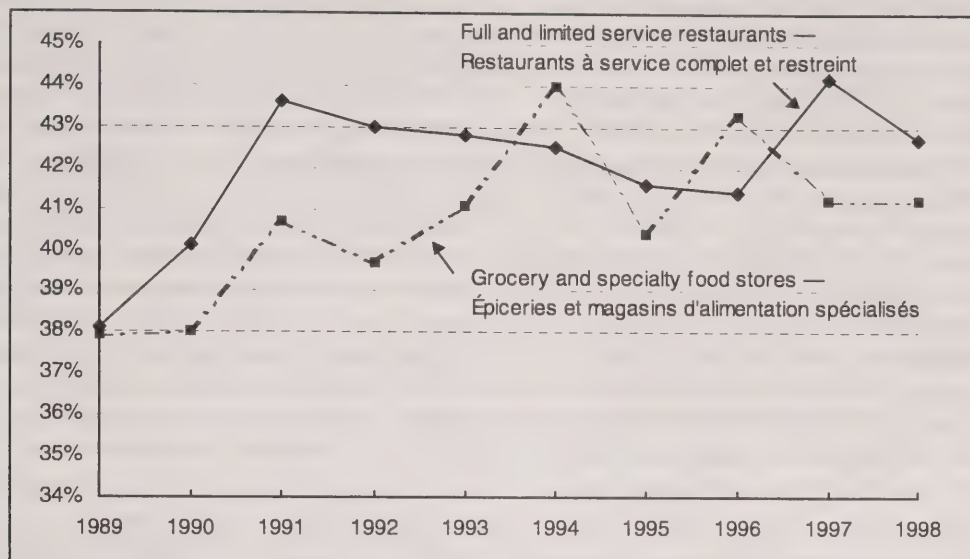
¹⁸ Voir *Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires* (1999), p. 6.

¹⁹ Les données sur l'emploi dans les services de restauration portent sur les restaurants à service complet et restreint (catégories 7221 et 7222 du SCIAN).

²⁰ Voir *Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires* (1999), p.17.

Chart 4. Proportions of workforces employed part-time

Graphique 4. Proportions des employés travaillant à temps partiel



Source: Labour Force Survey special tabulation (NAICs categories 4451, 4452, 7221 and 7222) — Totalisations spéciales de l'Enquête sur la population active (catégories du SCIAN : 4451, 4452, 7221 et 7222)

As a result, the food service industry managed to reduce its average wage and salary per employee by 2.2% in real terms during the 1990s.²¹

Food stores responded to heightened competition for food dollars in a similar manner. Of the 33,200 jobs that food stores added since 1989, about three-quarters were part-time.²² By 1998, 41.2% of the industry's workers were employed part-time, up from 37.9% in 1989. As was the case in food services, food stores changed the way they employed people. They too increasingly relied on part-time workers, resulting in lower average remuneration per employee. Since 1989, the average wage and salary paid by food stores declined in real terms by 7.9%.

Thus, although both industries expanded their workforces,²³ there were shifts towards part-time employment and a real decline in average remuneration levels. Both industries therefore made an effort to contain their labour costs in order to limit price increases and remain competitive.

Ce faisant, le secteur des services de restauration a réussi à abaisser de 2,2 % (en chiffres absolus) le traitement et le salaire moyen par employé, au cours des années 90²¹.

Les magasins d'alimentation ont réagi de façon similaire à l'intensification de la concurrence. Ainsi, près des trois quarts des 33 200 nouveaux emplois créés dans les magasins d'alimentation depuis 1989 sont à temps partiel²². En 1998, 41,2 % des travailleurs de ce secteur travaillaient à temps partiel, en hausse par rapport au taux de 37,9 % enregistré en 1989. Tout comme les services de restauration, les magasins d'alimentation ont eux aussi modifié leur politique d'emploi, faisant de plus en plus appel à des employés à temps partiel, réduisant du même coup la rémunération moyenne par employé. Depuis 1989, le traitement et salaire moyen payé par les magasins d'alimentation a diminué de 7,9 %, en chiffres absolus.

En conséquence, même s'il y a eu hausse des effectifs dans ces deux secteurs²³, on a observé un déplacement en faveur des emplois à temps partiel, ainsi qu'une diminution réelle du niveau moyen de rémunération. Les deux secteurs se sont efforcés de contenir les coûts de la main-d'œuvre, afin de limiter les hausses de prix et de demeurer concurrentiels.

²¹ While the industry's average remuneration of \$214.67/week in 1998 was higher than the \$179.90 paid in 1989, this translates to a 2.2% decline after inflation is taken into account. Please note that these figures tend not to include tips and gratuities, and that food stores are defined here as comprising SIC 601 (all food stores). Source: Statistics Canada, Catalogue No. 72F0002XDB.

²² Food store employment is for grocery stores and specialty stores (NAICS categories 4451 and 4452).

²³ The food service industry's workforce grew by 22.5% from 1989 to 1998, while food stores employment expanded by 9.6%.

²¹ Même si la rémunération moyenne dans ce secteur en 1998 (214,67 \$ par semaine) était supérieure aux 179,90 \$ payés en 1989, ceci représente néanmoins un recul de 2,2 % après correction en fonction de l'inflation. À noter que ces chiffres ont tendance à exclure les pourboires et gratifications, et que les magasins d'alimentation font référence ici aux établissements classés sous CTI 601 (ensemble des magasins d'alimentation). Source : Statistique Canada, n° 72F0002XDB au catalogue.

²² L'emploi dans les magasins d'alimentation englobe les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés (catégories 4451 et 4452 du SCIAN).

²³ Les effectifs du secteur des services de restauration se sont accrus de 22,5 %, de 1989 à 1998, tandis que l'emploi a progressé de 9,6 % dans les magasins d'alimentation.

Technological advances

Food stores introduced more efficient labour-saving technologies. Electronic bar code scanners, first introduced in the mid-1970s, are now used in most large supermarkets, and have sharply raised the productivity of food store cashiers. Point of sale technologies have also grown more prevalent. As well, fax-in ordering and on-line grocery shopping are becoming more popular, especially with busy individuals and those with mobility difficulties. Although retail sales for supermarkets and grocery stores rose by nearly one-third in the 1990s, technologies such as these have enabled food stores to reduce the number of employee hours worked in the industry by 1.0% from 1989 to 1998. These types of technological developments, combined with higher sales, significantly boosted food stores' labour productivity,²⁴ as sales per employee hour worked rose 16% in real terms from 1989 to 1998.

Food service employees also became 11% more productive in the 1990s, as the industry's receipts grew more rapidly than employee hours worked. One labour-saving development in food services may be the increased mechanization of some cooking processes. Today's technology allows food at many restaurants to be prepared without continual monitoring by staff. For example, most fast food outlets employ machines that cook food for a preset time period before a signal indicates that it is ready. While food is cooked in this manner, staff can perform other tasks. As well, traditionally labour-intensive tasks such as slicing, dicing, chopping and mixing ingredients are increasingly being performed by improved mechanical processors, blenders, choppers and mixers.

Many food service operators have adopted software that facilitates just-in-time ordering from suppliers, electronic data interchange, payroll maintenance, and even menu creation.

Touch-screen monitors have also improved the efficiency of table servers. Also contributing to food service productivity growth is the greater preponderance of takeout and drive-through food services, which are less labour-intensive approaches than serving customers at tables. Centralized phone systems have also been adopted by many chains as a means to eliminate duplication and improve efficiency for delivery services. Technological advances such as these have helped food service providers to contain their labour costs and become more competitive.

Progrès technologiques

Les magasins d'alimentation ont aussi introduit des technologies plus efficaces pour réduire la main-d'oeuvre. Les lecteurs électronique de codes à barres, qui ont fait leur apparition au milieu des années 70, sont aujourd'hui utilisés dans la plupart des grands supermarchés et ont permis d'accroître considérablement la productivité de caissiers et caissières. Les technologies au point de vente sont également plus répandues. De même, les commandes par télécopieur et les achats en direct gagnent eux aussi en popularité en particulier auprès des personnes très occupées ou qui ont de la difficulté à se déplacer. Bien que les ventes au détail de supermarchés et des épiceries se soient accrues de près d'un tiers durant les années 90, les magasins d'alimentation ont réussi à réduire de 1,0 % le nombre d'heures-employés de travail, entre 1989 et 1998 et ce grâce à l'introduction de ces nouvelles technologies. Ces progrès technologiques, combinés à l'accroissement des ventes, ont eu pour effet d'accroître sensiblement la productivité de la main-d'œuvre des magasins d'alimentation²⁴, les ventes par heure-employé de travail ayant fait un bond de 16 % (en chiffres absolus), de 1989 à 1998.

Du côté des services de restauration, la productivité de la main-d'œuvre a augmenté de 11 % au cours de la décennie, les recettes de ce secteur progressant plus rapidement que le nombre d'heures-employés de travail. La mécanisation accrue de certains procédés de cuisson est une des mesures qui a permis de réduire la main-d'œuvre. Dans bon nombre de restaurants, la technologie actuelle permet ainsi de préparer des aliments, sans la surveillance continue du personnel. À titre d'exemple, la plupart des établissements de restauration rapide utilise des appareils qui cuisent les aliments durant une période de temps prédéterminée, et un signal indique à quel moment l'aliment est prêt. Lorsque la cuisson des aliments se fait de cette manière, le personnel peut être affecté à d'autres tâches. De même, les tâches qui requièrent habituellement beaucoup de main-d'œuvre, comme trancher, découper, hacher et mélanger les ingrédients, sont de plus en plus exécutées par des mélangeurs, des hachoirs et des malaxeurs mécaniques.

Un grand nombre d'exploitants de services de restauration utilise aujourd'hui des logiciels qui facilitent la livraison des commandes juste à temps par les fournisseurs, l'échange électronique de données, la mise à jour de la paie et même la création de menus.

L'utilisation d'écrans tactiles a pour sa part contribué à accroître la productivité des serveurs. Le nombre accru de services de mets emporter et de restaurants a aussi contribué à améliorer la productivité des services de restauration; ce type d'établissement requièrent en effet moins de main-d'œuvre que ceux qui offrent des services aux tables. En outre, un grand nombre de chaînes de restaurants utilisent aujourd'hui des systèmes téléphoniques centralisés, dans le but d'éliminer les répétitions et d'accroître l'efficacité de leurs services de livraison. Les progrès technologiques de cette nature ont aidé les fournisseurs de services de restauration à contenir les coûts de la main-d'œuvre et à devenir plus concurrentiels.

²⁴ Defined here as constant dollar sales per employee hour worked.

²⁴ Définie ici en termes de ventes (en dollars constants) par heure-employé de travail.

Better inventory management

In relative terms, inventory-related costs have also been diminished by new technologies. The value of food store inventories, expressed as a proportion of operating revenues, is markedly lower than it was in 1989 (Chart 5).²⁵ In addition to bar code scanners, many large food stores have adopted electronic data interchange systems that immediately relay data about inventory changes to suppliers so that food items may be delivered more on a just-in-time basis, thus reducing the need for large inventories, and helping food stores to reduce their inventory-to-sales ratios. As well, these technologies have made inventory management easier, thus enabling many food stores to carry a wider variety of items than they used to.

Other efficiency gains

Modern technologies have also enabled food stores and food service operators to better monitor their revenues and costs, even on a daily basis. Modern point of sale systems are used to manage such matters as labour and scheduling, credit card processing and back-office accounting. This has helped businesses to better control their costs, market their products, and improve their management decision-making.

Meilleure gestion des stocks

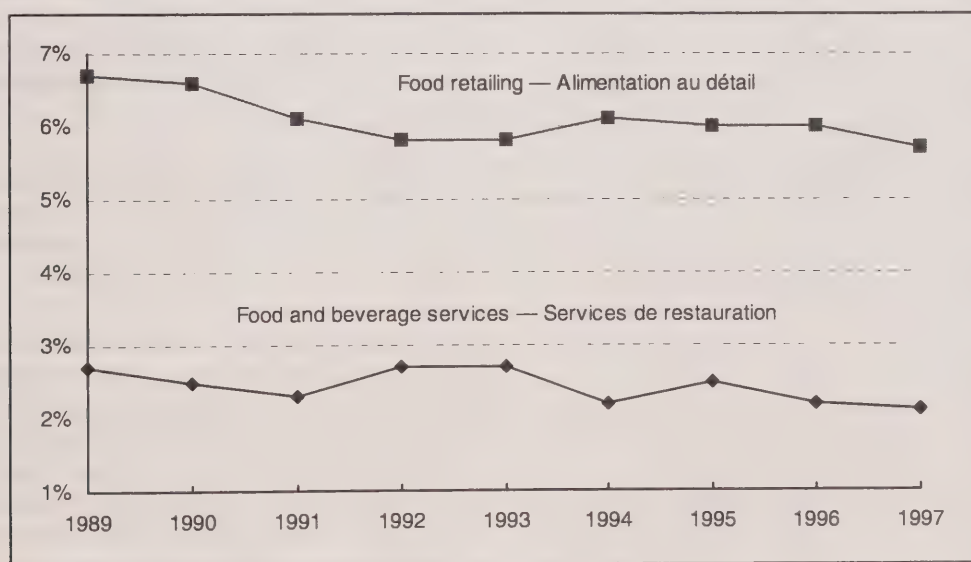
L'introduction de nouvelles technologies a également permis de réduire, de façon relative, les coûts liés aux stocks. Ainsi, la valeur des stocks, exprimée en proportion des recettes d'exploitation, est aujourd'hui beaucoup plus faible qu'elle ne l'était en 1989 (graphique 5)²⁵. Outre les lecteurs de codes à barres, bon nombre de grands magasins d'alimentation utilisent aujourd'hui des systèmes électroniques d'échange de données qui transmettent immédiatement aux fournisseurs des données sur la fluctuation des stocks, ce qui assure une livraison juste à temps des produits alimentaires requis. Grâce à de tels systèmes, les détaillants n'ont plus à maintenir des stocks importants et peuvent ainsi réduire leurs ratios entre les stocks et les ventes. Ces technologies facilitent également la gestion des stocks et permet à bon nombre de magasins d'alimentation d'offrir une plus grande variété de produits.

Autres gains d'efficacité

Les exploitants de magasins d'alimentation et de services de restauration sont également mieux en mesure de suivre l'évolution de leurs recettes et de leurs coûts, et ce même sur une base quotidienne, grâce aux technologies modernes. Divers systèmes modernes au point de vente sont également utilisés, par exemple pour la gestion de la main-d'œuvre et l'établissement de l'horaire, le traitement des cartes de crédit et la comptabilité du bureau administratif. Ces systèmes facilitent non seulement le contrôle des coûts, mais également la commercialisation des produits et la prise de décisions.

Chart 5. Inventories as a proportion of operating revenues

Graphique 5. Stocks exprimés en proportion des recettes d'exploitation



Source: Calculations derived from special tabulation from Industrial Organization and Finance Division — Calculs faits à partir de totalisations spéciales de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie

²⁵ Source: Derived from special tabulation from Industrial Organization and Finance Division, Statistics Canada.

²⁵ Source : Valeur calculée à partir de totalisations spéciales de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie, Statistique Canada.

Additional efficiency improvements for food stores have come from industry restructuring. Recent years have seen a number of mergers and acquisitions in the grocery industry. As well, intense competition throughout the 1990s has driven many unaffiliated independent grocers out of business. Meanwhile, the more efficient chain and franchise independent supermarkets have aggressively expanded, enabling them to increase their share of the traditional grocery market. Despite their efficiency gains, supermarkets have still faced strong competition from warehouse club stores whose grocery sales have risen very rapidly in the 1990s, especially in Quebec, Ontario, Alberta and British Columbia.²⁶

Competing for market share by adapting to shifting consumer tastes

While costs impact on competitiveness in both the food store and food services industries, businesses must satisfy their existing clientele and gain new customers if they wish to expand. To do so they must offer an appropriate mix of food quality, service, and food variety at reasonable prices. Moreover, they must also adjust to changes in consumer preferences, or risk being left behind by a rapidly changing buyer's market.

As was discussed earlier, Canadians are more time-constrained and therefore increasingly seek meal solutions that are not time consuming. The food services industry has been most affected by this trend — not only are its' revenues rising, but a higher proportion of these revenues are going to establishments specializing in take-out and delivery orders. For example, whereas 12.7% of the industry's receipts came from takeout orders in 1989, this rose to 14.2% by 1996.²⁷

More recently, drive-through food services have grown in popularity. In 1996, 9.0% of all meals or snacks purchased from food service providers were from drive-through facilities. By 1998, this proportion had risen to 12.9%.²⁸

Food stores have also responded to consumer time constraints in an attempt to gain market share. One such response has been to expand store hours in provinces in which store-hour regulations have been relaxed. As well, more than half of all grocery stores now have sections offering fresh "home-meal replacements" such as roasted chicken, ready-made salads, cleaned and cut vegetables,

D'autres gains d'efficacité sont imputables à la restructuration du secteur des magasins d'alimentation, qui a été l'objet d'un certain nombre de fusions et d'acquisitions au cours des dernières années. La concurrence féroce au cours de la décennie a aussi forcé un grand nombre d'épiciers indépendants à cesser leurs activités. Pendant ce temps, les supermarchés plus efficaces, à franchises ou à succursales, ont entrepris une expansion dynamique, augmentant du même coup la part de marché habituellement détenue par les épiciers. Cependant, malgré ces gains d'efficacité, les supermarchés font toujours face à une vive concurrence de la part des magasins-entrepôts dont les ventes de produits d'épicerie ont fortement augmenté au cours des années 90, en particulier au Québec, en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique.²⁶

Se tailler une part du marché en s'adaptant aux goûts changeants des consommateurs

Les coûts influent sur la compétitivité des magasins d'alimentation et des services de restauration, mais les entreprises doivent également répondre aux besoins de leur clientèle actuelle et attirer de nouveaux clients si elles veulent espérer prendre de l'expansion. Pour ce faire, elles doivent offrir un éventail adéquat de produits alimentaires et de services, de bonne qualité et à des prix raisonnables. Elles doivent également s'adapter aux goûts changeants des consommateurs, sans quoi elles risquent d'être dépassées sur ce marché qui évolue rapidement.

Comme nous l'avons indiqué précédemment, les Canadiens ont de moins en moins de temps et ils veulent qu'on leur propose des repas rapides. Le secteur des services de restauration est celui qui a le plus profité de cette tendance — non seulement ses recettes sont-elles en hausse, mais une proportion plus élevée de ces recettes vont aux établissements qui se spécialisent dans les mets à emporter et à livrer — les recettes provenant des commandes à emporter, qui représentaient 12,7 % des recettes totales du secteur en 1989, ont atteint 14,2 %, en 1996²⁷.

Plus récemment, les restauravolants ont gagné en popularité. En 1996, 9,0 % de tous les repas ou collations achetés l'ont été dans ce type d'établissements; en 1998, cette proportion avait augmenté à 12,9 %²⁸.

Les magasins d'alimentation ont également réagi à ce manque de temps des consommateurs, en vue eux aussi d'élargir leur part de marché. Une des mesures fut de prolonger les heures d'ouverture dans les provinces où la réglementation sur les heures d'ouverture des magasins a été assouplie. En outre, plus de la moitié des épiceries proposent aujourd'hui des sections qui offrent des substituts aux repas-maison, que l'on pense aux poulets rôtis, aux salades préparées,

²⁶ For more details, see Condon.

²⁷ Source: Various editions of *Restaurant, Caterer and Tavern Statistics* (Catalogue No. 63-011).

²⁸ See *Canadian Restaurant and Food Services Association* (1999), page 21.

²⁶ Pour des renseignements plus détaillés, voir Condon.

²⁷ Source : éditions variées de *Statistiques des restaurants, traiteurs et tavernes* (n° 63-011 au catalogue).

²⁸ Voir *Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires* (1999), page 21.

and pasta buffets that are ready to serve. Households wishing to eat at home, but preferring to minimize their cooking tasks, have welcomed the home-meal replacement strategy. As well, pre-prepared meals can be even faster than restaurants because the consumer does not have to go through the process of ordering a meal and then waiting for it to be cooked. As a result, in 1996 the proportion of supermarket revenues earned via pre-prepared foods was 6.4% — nearly triple the proportion that was recorded the previous year.²⁹ Indeed, some industry observers believe that, as the traditional walls between grocery stores and restaurants continue to crumble, “grocerants” will become the wave of the future.³⁰

Although some pre-prepared meals such as frozen pizza have long existed, their added recent success may be partly due to the advent of microwave ovens. In 1998, some 89% of households had a microwave oven at home compared to just 34% twelve years earlier.³¹ This further illustrates that many households prefer to prepare their food in a fast and convenient manner. It also suggests that food stores have increasingly offered pre-prepared foods in response to their customers' rapid adoption of microwave ovens.

Another shift in demand among many consumers is towards healthier food selections. This has not gone unnoticed by food service providers, as more and more menus offer healthy dishes. The food store industry has also responded to this trend — supermarkets now offer greater varieties of produce than they used to, and more produce is available on a year-round basis.

Food service chains have also attempted to gain market share by aggressively entering previously untapped food markets. An example of this is the rapid growth of fast-food outlets, such as those offered by hamburger chains. Miniature versions of these restaurants have increasingly sprung up in non-traditional locations such as gas stations, universities, movie complexes and professional sports venues. Moreover, in geographical areas traditionally deemed too marginal for entry by a chain, chains are increasingly agreeing to “twinning” arrangements where complementary food service outlets (ie: a hamburger restaurant and a donut shop) can be housed under the same roof.³² Such arrangements make marginal geographical areas more feasible for chains. Even if revenues are relatively low, profits can nevertheless be

aux légumes nettoyés et découpés et aux pâtes prêtes à servir. Cette stratégie qui consiste à proposer des mets de substitution aux repas-maison plaît bien aux ménages qui désirent manger à la maison, tout en limitant le temps de préparation du repas. De plus, les mets précuisinés peuvent être encore plus rapides que les repas pris aux restaurants, car le consommateur n'a pas à commander un repas et à attendre qu'on lui prépare. Ceci explique que la proportion des recettes des supermarchés provenant de la vente de mets précuisinés a atteint 6,4 % en 1996 — soit près du triple de la proportion enregistrée l'année précédente²⁹. De fait, certains observateurs croient que, à mesure que continueront de tomber les murs traditionnels qui séparaient les magasins d'alimentation et les restaurants, l'hybride issu de l'union entre restaurateurs et épiciers deviendra la voie de l'avenir³⁰.

Bien que certains mets précuisinés, comme la pizza congelée, existent depuis longtemps, leur popularité croissante des dernières années pourrait être due en partie à l'arrivée des fours à micro-ondes. En 1998, quelque 89 % des ménages possédaient un four à micro-ondes, comparativement à seulement 34 %, douze ans plus tôt³¹. Voilà un autre exemple qui montre qu'un grand nombre des ménages préfèrent que la préparation des repas se fasse d'une manière pratique et rapide. Elle suggère également que les magasins d'alimentation offrent de plus en plus d'aliments précuisinés pour répondre à l'engouement des consommateurs pour le four à micro-ondes.

La préférence pour des aliments plus sains est un autre changement qui a marqué la demande d'un grand nombre de consommateurs, et cette tendance n'est pas passée inaperçue des fournisseurs de services de restauration qui proposent de plus en plus de repas « santé ». Les magasins d'alimentation ont eux aussi tenu compte de cette tendance; ils offrent en effet une plus grande variété de produits frais, et davantage de ces produits sont maintenant disponibles toute l'année.

Les chaînes de restauration ont tenté d'élargir leur part du marché, en s'attaquant énergiquement à des marchés jusque là inexploités. Pensons par exemple à la croissance rapide des établissements de restauration rapide, comme ceux spécialisés dans la vente de hamburger. De plus, des versions réduites de ces restaurants font de plus en plus leur apparition dans des endroits inhabituels, par exemple des stations-service, des universités, des cinémas et des lieux où se tiennent des événements sportifs professionnels. Dans les régions géographiques habituellement jugées trop marginales pour l'implantation d'une chaîne, on assiste de plus en plus à des « jumelages » où des établissements de restauration complémentaires (p. ex. un restaurant vendant des hamburgers et un autre des beignes) logent sous un même toit³². De telles ententes facilitent l'implantation d'une chaîne dans les régions géographiques à ressources économiques restreintes car, même si les recettes

²⁹ See Steinberg (1998), page 61.

³⁰ See Van Warner (1996).

Sources: Statistics Canada (1986) and recent results from Income Statistics Division.

For more details, see Mahood (1999).

²⁹ Voir Steinberg (1998), page 61.

³⁰ Voir Van Warner (1996).

³¹ Sources : Statistique Canada (1986) et données récentes de la Division des statistiques sur le revenu.

³² Pour des renseignements plus détaillés, voir Mahood (1999).

earned due to cost savings arising from the twinning strategy.

Food service providers have also adapted somewhat to changing demographics. To attract an ever-increasing number of senior-citizens, they offer senior-citizen discounts and early-bird specials. As well, in response to the growing diversity of Canada's population, more ethnic-style dishes and other variety are now offered on menus. Food service providers have also recognized that parents of young children face both time and financial constraints. As a result, more and more restaurants are offering child-size portions at lower prices, children's toy tie-ins, and on-premises playgrounds.

Despite efforts by the food service and food store industries to reduce costs, adjust to new trends and gain new customers, profit margins have been low in both industries — more evidence that there has been intense competition for food dollars. For example, the average pre-tax profit margin for the food service industry was 6.5% in 1998. In contrast, the industry routinely posted profit margins exceeding 8% a decade or so ago.³³ The most recent profit margin available for food stores was 2.6% in 1997, down from 3.2% in 1996.³⁴

Conclusions

The food service industry continued to increase its' share of the overall consumer market for food in the 1990s, albeit at a slower pace than in previous decades. Food services spending rose in the 1990s due to tighter consumer time constraints, growth in the number of single-person households, more food service outlets, and a stronger economy in the mid- to late-1990s.

Some Canadians eat out more than others. Residents of British Columbia, Alberta and Quebec tend to spend more on restaurant food. Canadians living alone, persons in higher income households, and people who do not have children are also more likely to eat out.

réalisées par ces établissements sont relativement faibles, ceux-ci peuvent néanmoins dégager des profits grâce aux économies de coûts résultant du jumelage.

Les fournisseurs de services de restauration ont également tenu compte, dans une certaine mesure, de l'évolution du profil démographique de la population, en offrant des rabais aux personnes âgées et aux lève-tôt, dans le but d'attirer les personnes âgées dont le nombre ne cesse d'augmenter. De même, en réponse à la diversité croissante de la population du Canada, les menus proposent davantage de mets exotiques et autres produits variés. Conscients que les parents de jeunes enfants disposent à la fois de peu de temps et de ressources financières limitées, de plus en plus de restaurants offrent des portions pour enfants à prix réduits, incluent des jouets avec les repas pour enfants et aménagent des aires d'amusement sur place.

Malgré tous ces efforts faits par les restaurateurs et les magasins d'alimentation en vue de limiter les coûts, de s'adapter aux nouvelles tendances et d'attirer de nouveaux clients, les marges bénéficiaires sont faibles dans ces deux secteurs, ce qui illustre à nouveau la vive concurrence qui existe. En 1998, la marge bénéficiaire moyenne (avant impôt) dans les services de restauration était de 6,5 %, un secteur qui, une décennie plus tôt, affichait des marges bénéficiaires généralement supérieures à 8 %³³. Dans le cas des magasins d'alimentation, les données disponibles les plus récentes indiquent une marge bénéficiaire de 2,6 % en 1997, alors qu'elle était de 3,2 % en 1996³⁴.

Conclusions

Au cours des années 90, le secteur des services de restauration a continué d'accroître sa part du marché global de l'alimentation, bien que son rythme de croissance ait ralenti par rapport aux décennies précédentes. Cet accroissement des dépenses consacrées aux repas pris au restaurant, au cours de la décennie, tient à plusieurs facteurs, entre autres aux contraintes de temps de plus en plus grandes des consommateurs, à l'augmentation du nombre de ménages d'une personne, au nombre accru d'établissements de restauration et à la reprise de l'économie depuis le milieu des années 90.

Certains Canadiens mangent davantage au restaurant que d'autres. C'est le cas notamment des résidents de la Colombie-Britannique de l'Alberta et du Québec, qui ont tendance à dépenser davantage pour des repas pris au restaurant. Les personnes qui vivent seules qui font partie de ménages à revenu élevé et qui n'ont pas d'enfant sont elles aussi plus susceptibles de manger au restaurant.

³³ See *Canadian Restaurant and Food Services Association* (1999), page 6.

³⁴ Data source: various issues of "Wholesaling and Retailing in Canada", Statistics Canada Catalogue 63-236. Note that profit margins tend not to be high for food stores due to their relatively high costs of goods sold.

³³ Voir *Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires* (1999), page 6.

³⁴ Source des données : Tirées de « *Commerce de gros et de détail au Canada* », Statistique Canada, n° 63-236 au catalogue. À noter que les marges bénéficiaires des magasins d'alimentation ont tendance à être peu élevées, en raison du coût relativement élevé des marchandises qui y sont vendues.

Intense competition from food stores has prompted food service operators to contain costs, wherever possible, in order to limit price increases. Competition has forced both industries to increasingly rely on part-time workers, and concurrently lower their employees' average remuneration levels in real terms. Moreover, technological developments have led to boosts in labour productivity and relatively lower inventory costs.

Food service providers and food stores have also sought additional market share by adjusting to changes in consumer preferences. More fast-food, delivery, take-out and drive-through food service outlets exist due to the growing time constraints faced by consumers. Food service providers have also gained market share by entering previously untapped markets and by adapting to Canada's changing demographics. Food stores have responded to consumer time constraints by expanding store hours. Moreover, as food stores increasingly offer pre-prepared meals and popular home meal replacements, they are bringing down the walls that have traditionally separated restaurants and food stores.

La vive concurrence de la part des magasins d'alimentation a forcé les fournisseurs de services d'alimentation à réduire le plus possible leurs coûts, afin de limiter la hausse des prix. La concurrence a également forcé ces deux secteurs à avoir recours de plus en plus à des travailleurs à temps partiel, ce qui a eu pour effet d'abaisser le niveau de rémunération moyen de leurs employés. Les progrès technologiques ont pour leur part permis d'accroître la productivité de la main-d'oeuvre et d'abaisser, de façon relative, les frais d'inventaire.

Les fournisseurs de services de restauration et les magasins d'alimentation ont également cherché à accroître leur part de marché, en s'adaptant à l'évolution des préférences des consommateurs. Ainsi, la prolifération des établissements de restauration rapide, des établissements offrant des mets à emporter et des services de livraison et des restauravolants se veut un moyen de répondre aux besoins des consommateurs qui ont de moins en moins de temps à leur disposition. Les fournisseurs de services de restauration ont également élargi leur part de marché en s'attaquant à des marchés jusque là inexploités et en tenant compte de l'évolution démographique de la population du Canada. De leur côté, les magasins d'alimentation ont prolongé leurs heures d'ouverture pour mieux accommoder les consommateurs. En outre, ils offrent aujourd'hui de plus en plus de mets pré-cuisinés et de plats très populaires qui remplacent les repas-maison, faisant ainsi disparaître peu à peu les murs qui séparaient traditionnellement restaurants et magasins d'alimentation.

References

Canadian Restaurant and Foodservices Association, "Food Service Facts; Market Review and Forecast 1999", 1999.

Condon, George H., "National Market Survey", various January/February editions of *Canadian Grocer*.

The Economist, "Eating Out", October 3rd, 1998, p.118.

Mahood, Casey, "Where We Eat; How Restaurants Stack Up", *The Globe and Mail*, 18/01/1999, page B1.

National Restaurant Association, various 1998-99 issues of *Restaurants USA*, Washington DC, 1998-99.

Statistics Canada (1986), *Household Facilities and Equipment*, Catalogue No. 64-202.

Statistics Canada (1992), *As Time Goes By... Time Use of Canadians*, General Social Survey, Catalogue No. 89-544E.

Statistics Canada (1997), *Retail Chain and Department Stores*, Catalogue No. 63-210-XIB.

Statistics Canada (October 1998), *Family Food Expenditure in Canada*, Catalogue No. 62-554-XPB.

Statistics Canada (April 1999), *Retail Trade*, Catalogue No. 63-005-XPB.

Références

Association canadienne des restaurants et des services alimentaires, « Food Service Facts; Market Review and Forecast 1999 », 1999.

Condon, George H., « National Market Survey », éditions variées de janvier et février de *Canadian Grocer*.

The Economist, « Eating Out », 3 octobre 1998, p.118.

Mahood, Casey, « Where We Eat; How Restaurants Stack Up », *The Globe and Mail*, 18/01/1999, page B1.

National Restaurant Association, numéros variés en 1998-1999 de *Restaurants USA*, Washington DC, 1998-1999.

Statistique Canada (1986), *L'équipement ménager*, n° 64-202 au catalogue.

Statistique Canada (1992), *Au fil des heures... L'emploi du temps des Canadiens*, Enquête sociale générale, n° 89-544F au catalogue.

Statistique Canada (1997), *Magasins de détail à succursales et les grands magasins*, n° 63-210-XIB au catalogue.

Statistique Canada (octobre 1998), *Dépenses alimentaires des familles au Canada*, n° 62-554-XPB au catalogue.

Statistique Canada (avril 1999), *Commerce de détail*, n° 63-005-XPB au catalogue.

Statistics Canada (June 1999), *Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours 1986-1998*, Catalogue No. 72F0002XDB.

Statistics Canada (July 1999), *The Daily*, July 28th 1999, results from the Labour Force Survey.

Statistics Canada (November 1999), *The Daily* of November 9th 1999, Results derived from *Overview of the Time Use of Canadians in 1998*, Catalogue No. 12F0080XIE.

Statistics Canada, various issues of *Income after tax, distributions by size in Canada*, Catalogue No. 13-210-XPB.

Statistics Canada, various issues of *Restaurant, Caterer and Tavern Statistics*, Catalogue No. 63-011.

Statistics Canada, various issues of *Wholesaling and Retailing in Canada*, Catalogue No. 63-236-XPB.

Steinberg, Shawna, "Check This Out", *Canadian Business*, March 27, 1998.

Warner, Rick, "Operators may need new focus as retail and foodservice lines blur", *Nation's Restaurant News*, 1996.

Statistique Canada (juin 1999), *Les estimations annuelles de l'emploi des gains, et de la durée du travail*, n° 72F0002XDB au catalogue.

Statistique Canada (juillet 1999), *Le Quotidien*, 28 juillet 1999, résultats tirés de l'enquête sur la population active.

Statistique Canada (novembre 1999), *Le Quotidien* du 9 novembre 1999, résultats tirés de *Aperçu de l'emploi du temps des Canadiens en 1998*, n° 12F0080XIE au catalogue.

Statistique Canada, numéros variés de *Revenu après impôt, répartition selon la taille du revenu au Canada*, n° 13-210-XPB au catalogue.

Statistique Canada, numéros variés de *Statistiques des restaurants, traiteurs et tavernes*, n° 63-011 au catalogue.

Statistique Canada, numéros variés de *Commerce de gros et de détail au Canada*, n° 63-236-XPB au catalogue.

Steinberg, Shawna, « Check This Out », *Canadian Business*, 27 mars 1998.

Warner, Rick, « Operators may need new focus as retail and foodservice lines blur », *Nation's Restaurant News*, 1996.

**Service Industry
Indicators**

**Indicateurs pour
les services**

NOW AVAILABLE

Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996

You can now get *the historical labour market information* needed to complete your research project, accomplish long-term company planning or successfully resolve contract escalation questions.

This product will help you...

Identify, retrieve and process essential information for over 200 industry groups available at national, provincial and territorial levels. Also included are total number of employees (including estimates of those paid by the hour); average weekly and hourly earnings; average weekly hours worked and payrolls data.

This indispensable reference source is presented in two easy-to-load, **user friendly electronic formats** that makes accessing the data you need easier than ever before. With Adobe Acrobat software, you can easily view or print your own paper copy, while the ASCII file format lets you import the data to your preferred spreadsheet.

PLUS, also included in this issue is the **"Help-Wanted Index, 1981- 1996" supplement**. This index gives you reliable information on changes in the demand for labour for Canada, provinces, territories, regions and metropolitan areas. In fact, it is the only indicator of labour demand compiled by Statistics Canada on a regular basis.

"Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996" plus the "Help-Wanted Index, 1981 - 1996", a goldmine of information at your fingertips.

Order today! Diskette (catalogue # 72F0002XDE) or Internet version (catalogue # 72F0002XIE) for only \$120 Cdn. + GST and applicable PST or HST. **Diskette version plus paper copy** (catalogue # 10-3000XKB) for \$150 Cdn. + GST and applicable PST or HST. Prices for clients outside Canada are in US dollars and should be paid in US funds.

PF # 4007

MAINTENANT DISPONIBLE

Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996

Vous pouvez maintenant obtenir de *l'information historique sur le marché du travail* qui vous permettra de compléter votre projet de recherche, faire de la planification à long terme pour votre entreprise ou résoudre efficacement les questions touchant les clauses d'indexation de contrats.

Ce produit vous aidera à...

Identifier, recueillir et transformer des renseignements indispensables pour plus de 200 groupes d'industries, tant sur les plans national, provincial et territorial. On y retrouve de l'information sur le nombre total de salariés et de salariés rémunérés à l'heure; la rémunération hebdomadaire et horaire; les heures hebdomadaires moyennes travaillées ainsi que la rémunération brute.

Cette ressource est un outil de travail important. Elle est présentée dans deux **formats facile à télécharger et à utiliser** rendant l'accès aux données plus facile que jamais. À l'aide du logiciel Adobe Acrobat, vous pouvez facilement visualiser ou imprimer votre propre publication. Les fichiers ASCII vous permettent d'importer les données dans un chiffrier de votre choix.

De plus, cette édition contient le supplément de **«L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996»**. Cet indice vous fournit des renseignements fiables permettant de suivre les changements sur la demande de main- d'oeuvre, au niveau du Canada, les provinces et territoires, les grandes régions provinciales et les régions métropolitaines. Il s'agit en fait du seul indicateur de la demande de main- d'oeuvre produit de façon régulière par Statistique Canada.

«Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996» ainsi que «L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996», sont une mine d'or à la portée de la main.

Commandez dès aujourd'hui!

Disquette (72F0002XDF au catalogue) ou version **Internet** (72F0002XIF au catalogue) pour seulement 120 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Version **disquette et papier** (10-3000XKB au catalogue) pour 150 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Les prix pour les clients de l'extérieur du Canada sont en dollars américains et doivent être payés en dollars US.

PF # 4007

PHONE / COMPOSEZ:

INTERNET:

FAX TO / TÉLÉCOPIEZ AU:

MAIL TO / ENVOYEZ À:

1-(800)-263-1136
1-(613)-951-4090

order@statcan.ca
labour@statcan.ca

1-(613)-951-4087

Statistics Canada,
Labour Division du trava
Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6

**Information and Cultural
Industries**

**Industrie de l'information
et industrie culturelle**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

A. Information and cultural industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This new Information and Cultural Industries category groups those industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming information into a commodity that is produced and distributed. Also included here are publishers, libraries, and the motion picture and sound recording industries.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Newspaper, Periodical, Book and Database Publishers (NAICS 5111):

E2831 Book Publishing Industry

E2839* Other Publishing Industries

A. Industrie de l'information et industrie culturelle

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le nouveau secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle regroupe les établissements qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que ceux dont l'activité principale consiste à transformer l'information en un bien qui est produit et distribué. Il inclut aussi les éditeurs, les bibliothèques et les industries du film et de l'enregistrement sonore.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quand une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de base de données (SCIAN 5111) :

E2831 Industrie de l'édition du livre

E2839* Autres industries d'édition

E2841 Newspapers, Magazines and Periodicals

E2849 Other Combined Publishing and Printing

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Software Publishers (NAICS 5112):

M7721* Computer Services

Motion Picture and Video Industries (NAICS 5121):

R9611* Motion Picture & Video Production

R9612* Motion Picture & Video Distribution

R9613* Motion Picture Labs & Video Prod. Facilities

R9619 Other Motion Picture, Audio & Video services

R9621 Regular Motion Picture Theatres

R9622 Outdoor Motion Picture Theatres

R9629 Other Motion Picture Exhibition

Sound Recording Industries (NAICS 5122):

E2839* Other Publishing Industries

E2849* Other Combined Publishing and Printing

E3994* Musical Instruments and Sound Recording

I5952* Musical Instruments & Accessories, Wholesale

R9614 Sound Recording Services

Radio and Television Broadcasting (NAICS 5131-5132):

H4811 Radio Broadcasting Industry

H4812 Television Broadcasting Industry

H4813 Combined Radio & Television Broadcasting

H4814 Cable Television Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

Telecommunications (NAICS 5133):

H4821 Telecommunication Carriers Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

E2841 Industries des journaux, livres et périodiques

E2849 Autres industries d'impression et d'édition combinées

M7721* Services d'informatiques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Éditeurs de logiciel (SCIAN 5112) :

M7721* Services d'informatique

Industries du film et de la vidéo (SCIAN 5121) :

R9611* Production de films et de matériel visuel

R9612* Distribution de films et de matériel visuel

R9613* Laboratoires de films et de matériel visuel

R9619 Autres services relatifs aux films et au domaine de l'audiovisuel

R9621 Salles de cinéma ordinaires

R9622 Projection de film en extérieur

R9629 Autres salles de cinéma

Industries de l'enregistrement sonore (SCIAN 5122) :

E2839* Autres industries de l'édition

E2849* Autres industries d'impression et d'édition combinées

E3994* Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique

I5952* Instruments et accessoires de musique, commerce de gros

R9614 Services d'enregistrement du son

Radiodiffusion et télédiffusion (SCIAN 5131-5132) :

H4811 Industrie de la radiodiffusion

H4812 Industrie de la télédiffusion

H4813 Industrie de la radiodiffusion et de la télédiffusion intégrées

H4814 Industrie de la télédistribution

H4839* Autres industries des télécommunications

Télécommunications (SCIAN 5133) :

H4821 Industrie de la transmission des télécommunications

H4839* Autres industries de télécommunications

**Information Services and Data Processing Services
(NAICS 514):**

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

O8541 Library Services

O8551* Museums & Archives

R9999* Other Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

**Standard Industrial Classification for Establishments
(SIC-E)**

Telecommunication Broadcasting (481)

Telecommunication Carriers and Other Telecommunication Industries (482, 483)

Postal and Courier Service Industries (484)

**Services d'information et de traitement des données
(SCIAN 514) :**

M7721* Services d'informatique

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

O8541 Bibliothèques

O8551* Musées et archives

R9999* Autres services n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé « Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord », qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

**Classification type des industries pour établissements
(CTI-E)**

Diffusion des télécommunications (481)

Transmission des télécommunications et autres industries des télécommunications (482, 483)

Services postaux et de messagerie (484)

Information and Cultural Industries

Highlights — 4th Quarter 1999

- Communications sector output increased by 1.2% this quarter. This was the sector's lowest quarterly growth rate in two years. Nevertheless, this growth rate still resembled the 1.1% rate recorded for the overall economy.
- Output in the postal and courier services industry rose by a rapid 4.3%, enabling the industry to return to output levels it last attained in late 1998. This rapid growth somewhat offset the uncharacteristically low 0.6% growth rate in carriers and other telecommunications services, an industry in which output had expanded by 29% over the previous six quarters. Meanwhile, the broadcasting industry saw its output rise by 1.0% this quarter.
- Higher output brought modest fourth quarter employment gains in the information and cultural industries. In addition, of the 7,000 jobs that these industries added, approximately 6,000 were full-time positions. Jobs were added this quarter in the broadcasting (+6,000 jobs) and motion picture and video industries (+3,000 jobs). Meanwhile, telecommunications services employment declined for the fourth consecutive quarter — this time by 3,000 jobs.
- Compared to the fourth quarter of 1998, overall employment in the information and cultural industries has fallen by 7,000 jobs — most of which were part-time positions. The 33,000 jobs lost in telecommunications services over the past year were only partially negated by employment gains in the motion picture and video industry (+14,000 jobs) and the newspaper, periodical, book, database and software publishing industries (+10,000).

Key Services Indicators
(change from last quarter)

Employment*	↓	2.0%
Salaries	↓	1.0%
GDP	↑	1.2%

* From same quarter last year.

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

- La production du secteur des communications s'est accrue de 1,2 % au quatrième trimestre, ce qui constitue le deuxième plus faible taux de croissance trimestrielle en deux ans. La hausse enregistrée au quatrième trimestre est néanmoins comparable au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (+1,1 %).
- La production des services postaux et de messagerie s'accroît de façon appréciable (4,3 %), ce qui permet à ce secteur de revenir à son niveau de production atteint à la fin de 1998. Cette forte croissance est quelque peu atténuée par un taux de croissance anormalement bas (+0,6 %) dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications, ce dernier ayant cumulé une progression de 29 % au cours des six derniers trimestres. Le secteur de la radiotélévision a quant à lui vu sa production augmenter de 1,0 %, au quatrième trimestre.
- L'accroissement de la production se traduit par une hausse modeste de l'emploi dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle et, des 7 000 emplois créés, quelque 6 000 sont des emplois à temps plein. Les augmentations au quatrième trimestre se concentrent dans le secteur de la radiotélévision (+6 000 emplois) et celui du film et de la vidéo (+3 000 emplois); l'emploi a toutefois diminué dans les services de télécommunications, et ce pour un quatrième trimestre consécutif, avec la perte cette fois-ci de 3 000 emplois.
- Les effectifs dans l'ensemble de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle sont en baisse de 7 000 par rapport au quatrième trimestre de 1998, la plupart des emplois perdus étant à temps partiel. La perte de 33 000 emplois dans les services de télécommunications en un an n'a été que partiellement annulée par la création d'emplois dans le secteur du film et de la vidéo (+14 000 emplois), ainsi que chez les éditeurs de journaux, de périodiques, de livres, de bases de données et de logiciels (+10 000).

Indicateurs clés des services
(variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↓	2,0 %
Rémunération	↓	1,0 %
PIB	↑	1,2 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Average wages and salaries in the communications sector declined by 1.0% this quarter, due to remuneration declines in each of the sector's major sub-industries. Nevertheless, the sector's annualized remuneration rate of \$36,786 in the fourth quarter was still 15% higher than the average for the whole economy.
- This quarter's decline in average wages and salaries followed three straight quarters of growth, leaving current remuneration levels 1.7% higher than they were one year ago. Compared to the fourth quarter of 1998, average wages and salaries in the postal and courier services are now 5.9% higher. In contrast, though, remuneration in the carriers and other telecommunications services industry has declined by 1.5% over the past four quarters.
- La rémunération moyenne dans le secteur des communications a reculé de 1,0 % au quatrième trimestre, avec une baisse de la rémunération dans chacun des principaux sous-secteurs. La rémunération annuelle moyenne dans l'ensemble du secteur (36 786 \$) demeure néanmoins de 15 % supérieure à la moyenne pour l'ensemble de l'économie, au quatrième trimestre.
- Ce recul de la rémunération au quatrième trimestre fait suite à trois trimestres consécutifs à la hausse, ce qui explique que la rémunération actuelle soit de 1,7 % supérieure à ce qu'elle était, il y a un an. Dans les services postaux et de messagerie, la rémunération moyenne a fait un gain de 5,9 % depuis le quatrième trimestre de 1998; la rémunération dans les télécommunications et autres services de télécommunications, par contre, a reculé de 1,5 % durant la même période.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment
Graphique A1. Emploi

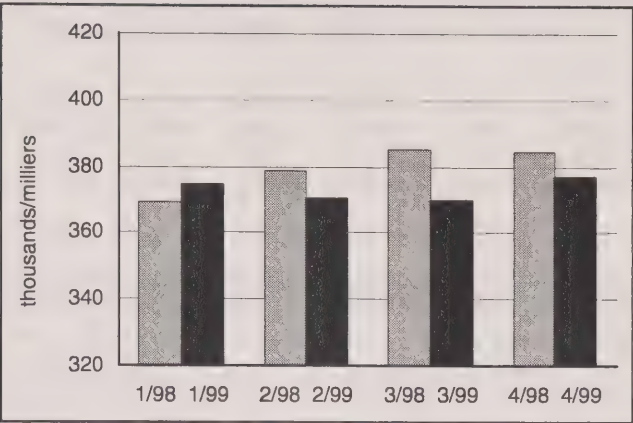


Chart A2. Average wages and salaries
Graphique A2. Rémunération et salaires

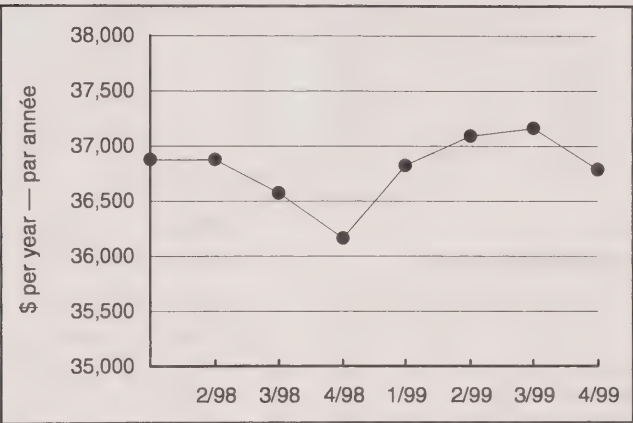


Chart A3. GDP
Graphique A3. PIB

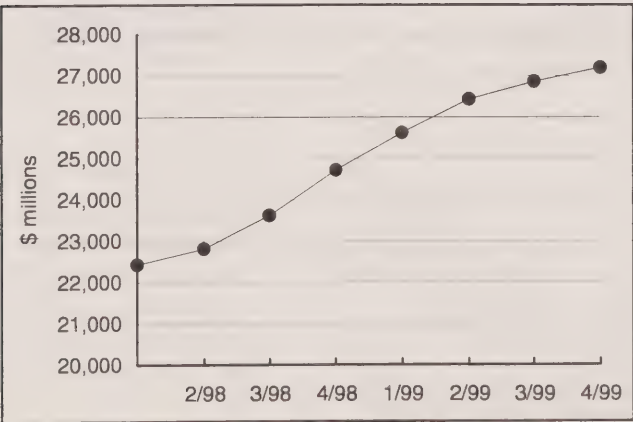


Table A1. Communications, annualized GDP
at factor costTableau A1. Communications, PIB annualisé
au coût des facteurs

	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Broadcasting	3,599	3,614	3,660	3,767	3,821	3,797	3,865	3,902	Diffusion
Carriers/other telecom.	14,798	15,189	15,900	16,849	17,759	18,672	19,050	19,166	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	4,030	4,008	4,064	4,090	4,031	3,953	3,953	4,124	Services postaux/messagerie
Total communications	22,427	22,811	23,624	24,706	25,611	26,422	26,868	27,192	Total des communications
Overall economy	715,659	718,387	720,703	729,272	738,314	744,665	754,524	762,657	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	2.2	0.4	1.3	2.9	1.4	-0.6	1.8	1.0	Diffusion
Carriers/other telecom.	-0.3	2.6	4.7	6.0	5.4	5.1	2.0	0.6	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	10.3	-0.5	1.4	0.6	-1.4	-1.9	0.0	4.3	Services postaux/messagerie
Total communications	1.8	1.7	3.6	4.6	3.7	3.2	1.7	1.2	Total des communications
Overall economy	0.6	0.4	0.3	1.2	1.2	0.9	1.3	1.1	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Broadcasting	0.50	0.50	0.51	0.52	0.52	0.51	0.51	0.51	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.07	2.11	2.21	2.31	2.41	2.51	2.52	2.51	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.56	0.56	0.56	0.56	0.55	0.53	0.52	0.54	Services postaux/messagerie
Total communications	3.13	3.18	3.28	3.39	3.47	3.55	3.56	3.57	Total des communications

Chart A4. GDP nominal growth rates

Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB

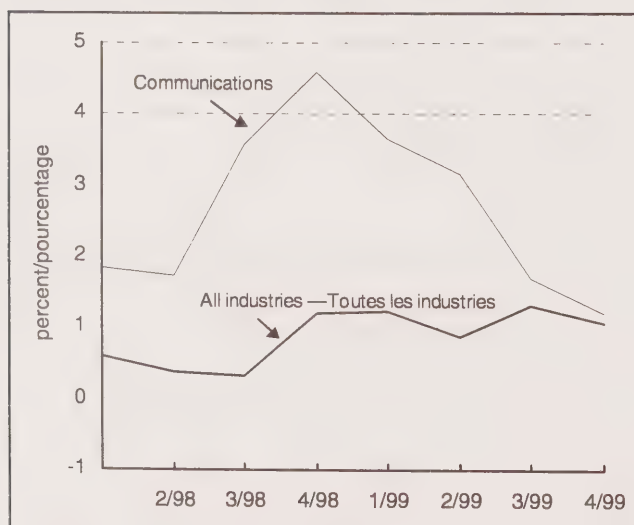


Chart A5. Output of communications group of industries

Graphique A5. Production du groupe des communications

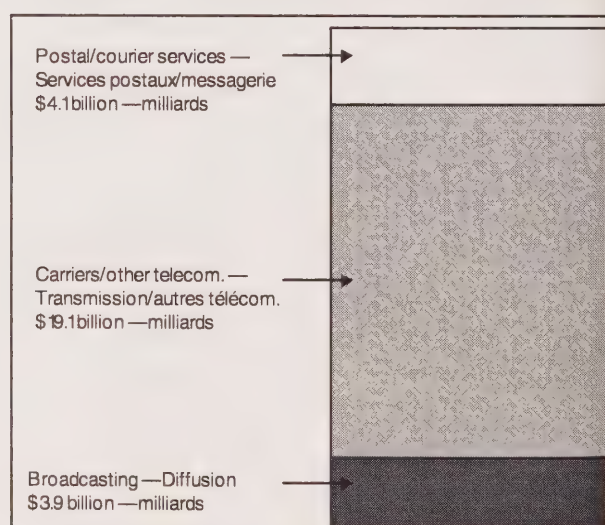


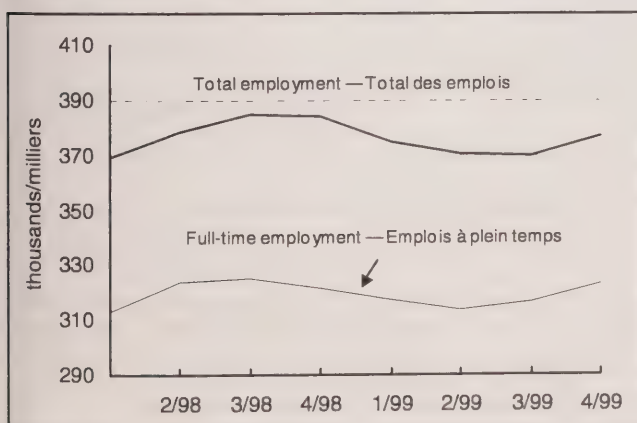
Table A2. Information and cultural industries, employment**Tableau A2. Industrie de l'information et industrie culturelle, emploi**

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	79	77	73	71	77	80	81	81	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	28	29	27	30	42	42	41	44	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	3	3	3	4	4	4	5	4	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	64	60	56	56	57	53	55	61	Radiotélévision
Telecommunications services	158	178	187	180	160	155	150	147	Services de télécommunications
Information/data processing	35	32	39	43	34	37	37	39	Information/traitement des données
Total	369	378	385	384	375	370	370	377	Total
Full-time	313	324	325	322	318	314	317	323	Plein temps
Part-time	56	55	60	63	57	56	53	54	Temps partiel

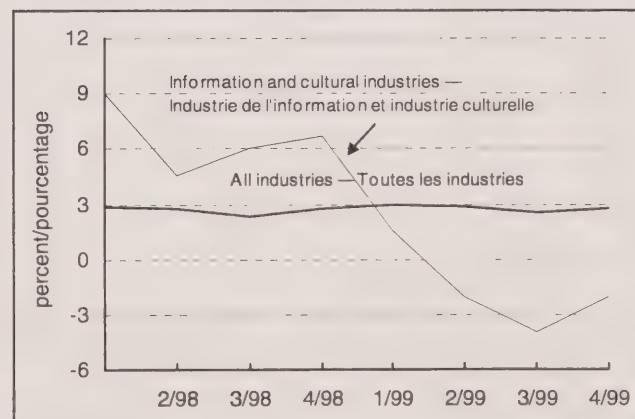
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	-1.9	-9.1	-13.0	-14.5	-3.0	4.3	11.6	14.4	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	19.3	-20.9	-27.0	15.2	47.5	43.0	51.9	46.1	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	43.5	-24.4	-17.1	53.6	21.2	23.5	55.9	0.0	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	39.1	22.5	12.4	-6.7	-11.3	-11.5	-1.6	9.5	Radiotélévision
Telecommunications services	3.6	11.9	18.9	16.8	1.4	-12.7	-19.9	-18.2	Services de télécommunications
Information/data processing	8.9	11.2	24.1	25.1	-2.8	15.4	-4.1	-10.9	Information/traitement des données
Total	9.0	4.6	6.0	6.7	1.5	-2.1	-4.0	-2.0	Total
Full-time	10.6	5.8	3.5	5.3	1.4	-3.1	-2.6	0.3	Plein temps
Part-time	0.9	-2.2	22.7	14.2	2.3	3.5	-11.5	-14.2	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.9	2.7	2.4	2.7	3.0	2.8	2.6	2.7	Total
Full-time	3.8	2.9	2.5	2.6	3.1	3.4	3.0	3.8	Plein temps
Part-time	-0.7	1.8	1.9	3.0	2.4	0.2	0.3	-1.7	Temps partiel

Chart A6. Employment¹**Graphique A6. Emploi¹**

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart A7. Employment growth rates²**Graphique A7. Taux de croissance de l'emploi²**

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table A3. Communications, average wages and salaries

Tableau A3. Communications, rémunération

	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Broadcasting	43,551	43,268	42,936	42,710	43,101	43,614	43,427	43,202	Diffusion
Carriers/other telecom.	44,893	44,782	44,279	43,629	44,240	43,340	43,440	42,986	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	27,048	27,349	27,232	27,084	27,797	29,000	28,971	28,688	Services postaux/messagerie
Total communications	36,876	36,874	36,571	36,167	36,824	37,090	37,153	36,786	Total communications
Overall economy	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,822	32,018	Économie totale

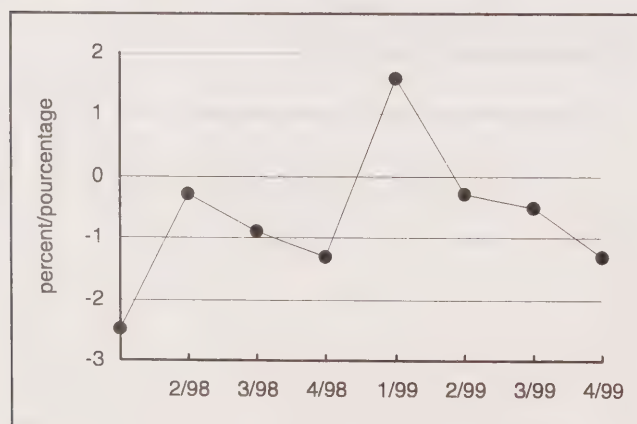
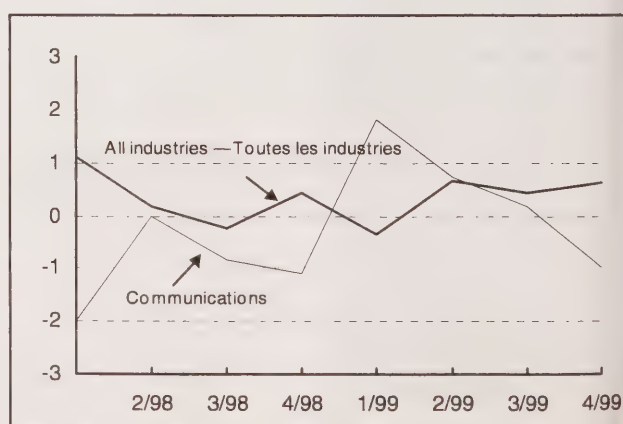
Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)									Taux de variation (%)	
Broadcasting	-1.2	-0.6	-0.8	-0.5	0.9	1.2	-0.4	-0.5	Diffusion	
Carriers/other telecom.	0.0	-0.2	-1.1	-1.5	1.4	-2.0	0.2	-1.0	Transmission/autres télécom.	
Postal/courier services	1.2	1.1	-0.4	-0.5	2.6	4.3	-0.1	-1.0	Services postaux/messagerie	
Total communications	-2.0	0.0	-0.8	-1.1	1.8	0.7	0.2	-1.0	Total communications	
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Broadcasting	-1.7	-0.9	-0.9	-0.7	0.6	0.1	-1.1	-0.8	Diffusion	
Carriers/other telecom.	-0.5	-0.5	-1.2	-1.6	1.1	-3.1	-0.5	-1.3	Transmission/autres télécom.	
Postal/courier services	0.6	0.8	-0.5	-0.7	2.4	3.2	-0.8	-1.3	Services postaux/messagerie	
Total communications	-2.5	-0.3	-0.9	-1.3	1.6	-0.3	-0.5	-1.3	Total communications	
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)	
Overall economy	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.4	0.6	Économie totale	

Chart A8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in communications

Graphique A8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les communications

Chart A9. Wage and salary growth rates¹Graphique A9. Taux de croissance de la rémunération¹

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Finance and Insurance
Industries**

Finance et assurances

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

B. Finance and Insurance Industries

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Finance and Insurance section covers establishments primarily engaged in financial transactions, or in facilitating financial transactions. Included are establishments that are primarily engaged in: financial intermediation; the pooling of risk by underwriting annuities and insurance; and/or providing specialized services that facilitate or support financial intermediation, insurance and employee benefit programs.

Please note that, compared to previous issues of *Services Indicators*, a major difference in coverage for this section is that it now excludes data for the real estate services industry. These data can instead be located in the Other Services Industries section.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

B. Finance et assurances

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de la finance et des assurances couvre les établissements dont l'activité principale consiste à effectuer des opérations financières ou à en faciliter l'exécution. Sont compris les établissements dont l'activité principale est l'intermédiation financière, la mise en commun des risques par la souscription de contrats d'assurance de rente et à d'autres formes de contrats d'assurance, et(ou) la fourniture de services spécialisés qui facilitent ou complètent des programmes d'intermédiation financière, d'assurance et d'avantages sociaux.

Il convient de souligner que, par rapport aux numéros précédents d'*Indicateurs des services*, on a modifié considérablement la couverture de la présente section, puisque celle-ci ne contient plus les données sur les services immobiliers, qui figurent maintenant dans la section consacrée aux autres industries de services.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'un ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Monetary Authorities – Central Bank (NAICS 521)

K7011 Central Bank

Autorités monétaires – Banque centrale (SCIAN 521)

K7011 Banque centrale

Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5221)

K7021 Chartered Banks

K7029 Other Banking-Type Intermediaries

K7031* Trust Companies

K7042 Co-operative Mortgage Companies

K7051 Local Credit Unions

K7099 Other Deposit Accepting Intermediaries

Intermédiation financière par le biais de dépôts (SCIAN 5221)

K7021 Banques à charte

K7029 Autres intermédiaires de type de bancaire

K7031* Sociétés de fiducie

K7042 Fiducies coopératives de prêt hypothécaire

K7051 Caisses locales d'épargne et de crédit

K7099 Autres intermédiaires de dépôts

Non-Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5222)

K7111 Consumer Loan Companies

K7121 Sales Finance Companies

K7122 Credit Card Companies

K7123 Factoring Companies

K7124* Financial Leasing Companies

K7129 Other Business Financing Companies

K7221 Mortgage Investment Companies

K7229 Other Mortgage Companies

J6591* Second-Hand Merchandise Stores n.e.c.
(pawnshops)**Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts (SCIAN 5222)**

K7111 Sociétés de prêt à la consommation

K7121 Sociétés de financement des ventes

K7122 Sociétés de cartes de crédit

K7123 Sociétés d'affacturage

K7124* Sociétés de crédit-bail

K7129 Autres sociétés de financement des entreprises

K7221 Sociétés de placement hypothécaire

K7229 Autres sociétés de prêt hypothécaire

J6591* Magasins de marchandises d'occasion n.c.a. (prêteurs
sur gage)**Mortgage and Non-mortgage Loan Brokers (NAICS 5223)**

K7052 Central Credit Unions

K7421 Mortgage Brokers

K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

Courtiers en prêt hypothécaire et non hypothécaire (SCIAN 52231)

K7052 Caisses centrales d'épargne et de crédit

K7421 Courtiers en prêts hypothécaires

K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Securities, Commodity Contracts, and Other Financial Investment Activities (NAICS 523)

K7031* Trust Companies

K7125 Venture Capital Companies

K7211* Investment (Mutual) Funds

K7212* Retirement Savings Funds

K7214 Investment Companies

K7222* Real Estate Investment Trusts

Valeurs mobilières, contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier connexes (SCIAN 523)

K7031* Sociétés de fiducie

K7125 Société de capital à risque

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)

K7212* Fonds d'épargne-retraite

K7214 Sociétés d'investissement

K7222* Fiducies de placement immobilier

K7291* Trusteed Pension Funds
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.
 K7411 Investment Dealers
 K7412 Stock Brokers
 K7413 Commodity Brokers
 K7431 Stock Exchanges
 K7432 Commodity Exchanges
 K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Insurance Carriers (NAICS 5241)

K7311 Life Insurers
 K7321 Deposit Insurers
 K7331* Health Insurers
 K7339* Other Property & Casualty Insurers

Insurance Agencies and Brokerages (NAICS 5242)

L7611* Insurance & Real Estate Agencies
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Pension Funds (NAICS 5261)

K7213* Segregated Funds
 K7291* Trusteed Pension Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Other Funds and Financial Vehicles (NAICS 5269)

K7211* Investment (Mutual) Funds
 K7212* Retirement Savings Funds
 K7213* Segregated Funds
 K7222* Real Estate Investment Trusts
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

K7291* Caisses de retraite en fiducie
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.
 K7411 Négociations de titres
 K7412 Courtiers boursiers
 K7413 Courtiers en marchandises
 K7431 Bourses des valeurs
 K7432 Bourses des marchandises
 K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Sociétés d'assurance (SCIAN 5241)

K7311 Sociétés d'assurance-vie
 K7321 Sociétés d'assurance-dépôt
 K7331* Sociétés d'assurance-santé
 K7339* Autres sociétés d'assurance-biens et services divers

Agences et courtiers d'assurances et autres activités liées à l'assurance (SCIAN 5242)

L7611* Agences d'assurances et agences immobilières
 M7799* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Caisses de retraite (SCIAN 5261)

K7213* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7291* Fonds d'épargne-retraite
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Autres fonds et instruments financiers (SCIAN 5269)

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7212* Fonds d'épargne-retraite
 K7213* Caisses séparées
 K7222* Fiducies de placement immobilier
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Employment data for NAICS categories 521 and 526 are not shown in this section because they are suppressed. This occurs whenever an industry's employment is estimated to be less than 1,500.

Les données sur l'emploi pour catégories les 521 et 526 du SCIAN ne figurent pas dans cette section parce qu'elles ont été supprimées. Cela se produit lorsqu'on estime que l'emploi d'une industrie sera inférieur à 1 500.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

- Chartered Banks and Other Deposit-Accepting Institutions (701, 702, 709)
- Trust Companies and Deposit-Accepting Mortgage Companies (703, 704)
- Credit Unions (705)
- Insurance (73)
- Other Financial Intermediaries (71, 72, 74)
- Real Estate Operators (except Developers) (75)
- Insurance and Real Estate Agents (76)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé « Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord », qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

- Banques à charte et autres intermédiaires financiers de dépôts (701, 702, 709)
- Sociétés de fiducie et sociétés de prêt hypothécaire des dépôts (703, 704)
- Caisses d'épargne et de crédit (705)
- Assurances (73)
- Autres intermédiaires financiers (71, 72, 74)
- Services immobiliers (sauf les lotisseurs) (75)
- Agences d'assurances et agences immobilières (76)

Finance and Insurance

Highlights — 4th Quarter 1999

- Despite a strong 1.1% rate of GDP growth for Canada's economy this quarter, output for the finance, insurance and real estate sector fell 0.2%. This quarter's downturn was the sector's first since late 1998, and encompassed most of the sector's sub-industries. The sharpest drop of 4.3% occurred in the real estate and insurance agents industry. This marked the industry's second consecutive quarterly decline following robust output growth in the first and second quarters of 1999.
- The sector's only GDP increase this quarter was recorded in the central bank, banks and other deposit-taking institutions industry where output increased by 0.7%. This was the third straight quarter in which this industry's output rose.
- The overall finance, insurance and real estate sector's GDP was 2.5% higher this quarter than it was four quarters ago. However, this fell short of the 4.6% growth rate recorded for the entire economy during the same period. Compared to one year ago, the sector's sharpest output increases occurred in the other financial intermediaries industry (+10.1%) and the real estate and insurance agents industry (+3.6%). In contrast, output has only grown slightly in the banking, credit union and insurance industries over the past year.
- Employment in the broad finance and insurance sector rose by 4,000 this quarter. Most of these added jobs were full-time positions. Robust job gains were recorded in the securities, commodities and financial investment services industry (+6,000 jobs), the non-depository credit intermediation industry (+4,000) and the insurance industry (+4,000). The gains were partly offset by the loss of 8,000 jobs in the depository credit intermediation industry.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 4.2%
Salaries	↑ 0.9%
GDP	↓ 0.2%

Finance et assurances

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

- Alors que le PIB pour l'ensemble de l'économie canadienne progressait de 1,1 % au quatrième trimestre, la production dans le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a reculé de 0,2 %. Ce recul a touché la plupart des secteurs de ce groupe et constituait le premier ralentissement depuis la fin de 1998. La plus forte baisse (-4,3 %) a été enregistrée du côté des agents immobiliers et d'assurances; il s'agissait pour ce secteur d'une deuxième baisse en autant de trimestres, après une forte croissance aux premier et deuxième trimestres de 1999.
- Seules la banque centrale, les banques et autres institutions de dépôt ont vu leur production croître au quatrième trimestre (+0,7 %), et ce pour un troisième trimestre consécutif.
- Le PIB du groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a augmenté de 2,5 % depuis le dernier trimestre de 1998, ce qui est nettement inférieur au taux de croissance de l'ensemble de l'économie (+4,6 %) pour la même période. Les plus fortes hausses au cours de la dernière année ont été enregistrées chez les autres intermédiaires financiers (+10,1 %) et les agents d'assurance et immobiliers (+3,6 %). En revanche, la production n'a augmenté que légèrement dans les banques, les coopératives de crédit et les compagnies d'assurances.
- Au quatrième trimestre, 4 000 emplois (essentiellement à temps plein) ont été créés dans le groupe de la finance et des assurances, principalement dans le secteur des services d'intermédiation de valeurs mobilières, de contrats de marchandises et d'investissement financier (+6 000 emplois), les services d'intermédiation financière non fait par le biais de dépôts (+4 000) et le secteur des assurances (+4 000). Ces créations d'emplois ont été partiellement neutralisées par la perte de 8 000 autres dans les services d'intermédiation par le biais de dépôt.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 4,2 %
Rémunération	↑ 0,9 %
PIB	↓ 0,2 %

* From same quarter last year.

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- This marked the fourth consecutive quarter in which the workforce of the broad finance and insurance sector has expanded. Over the past four quarters 25,000 jobs were added — all of which were full-time positions. Job gains since last year were highest in the securities, commodities and financial investment services industry (+20,000 jobs) and the insurance industry (+13,000). Meanwhile 10,000 jobs were lost in the depository credit intermediation industry during this period.
- The average wage and salary in the broad finance, insurance and real estate industry rose by 0.9% this quarter. Although this increase failed to offset the decline recorded in the third quarter, it did slightly exceed the 0.6% rate posted for the whole economy this quarter. Average remuneration rose this quarter in each of the sector's sub-industries, with the most rapid growth recorded for employees of trust and mortgage companies, credit unions and chartered banks.
- Relative to four quarters ago, average wages and salaries have climbed most rapidly in chartered banks (+3.7%) and trust and mortgage companies (+3.1%). In comparison, average remuneration in the overall economy increased by 1.3% since the fourth quarter of 1998. The only significant decline occurred in the other financial intermediaries industry where average remuneration fell by 4.7% over the past year.
- Cette augmentation constitue une quatrième hausse trimestrielle consécutive des effectifs dans le groupe de la finance et des assurances, 25 000 emplois (tous à temps plein) ayant été créés au cours des quatre derniers trimestres. C'est dans les services de valeurs mobilières, de contrats de marchandises et d'investissement financier (+20 000 emplois) et des assurances (+13 000) que l'emploi a le plus augmenté. En revanche, 10 000 emplois ont été perdus dans les services d'intermédiation par le biais de dépôt.
- La rémunération moyenne dans le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a augmenté de 0,9 % au quatrième trimestre. Bien que cette hausse ne suffise pas à compenser le recul du dernier trimestre, elle dépasse légèrement le taux de croissance (+0,6 %) pour l'ensemble de l'économie au quatrième trimestre. La rémunération moyenne a augmenté dans chacun des secteurs du groupe ce trimestre-ci, les employés des sociétés de fiducie et de prêts hypothécaires, des coopératives de crédit et des banques bénéficiant des hausses les plus marquées.
- Depuis le quatrième trimestre de 1998, la rémunération moyenne a fortement progressé dans les banques à charte (+3,7 %) et les sociétés de fiducie et de prêts hypothécaires (+3,1 %). À titre de comparaison, la hausse pour l'ensemble de l'économie durant cette même période a été de 1,3 %. La seule baisse significative a été observée chez les autres intermédiaires financiers, dont la rémunération moyenne a reculé de 4,7 % au cours de la dernière année.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

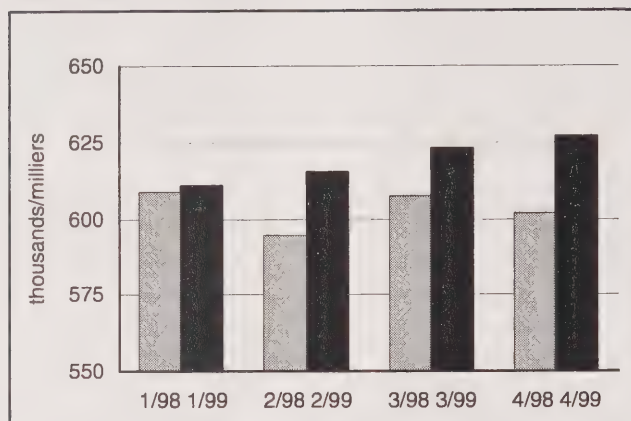


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

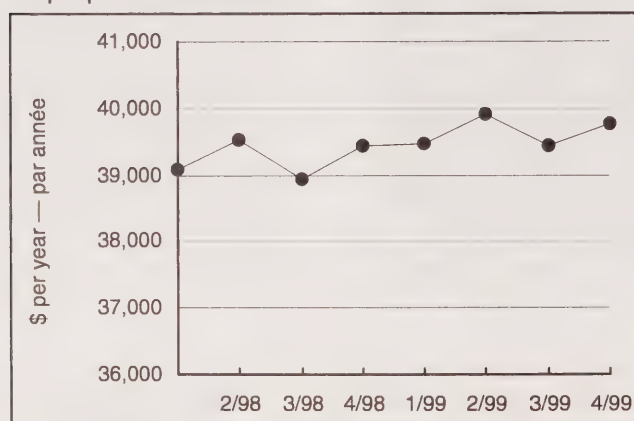


Chart B3. GDP

Graphique B3. PIB

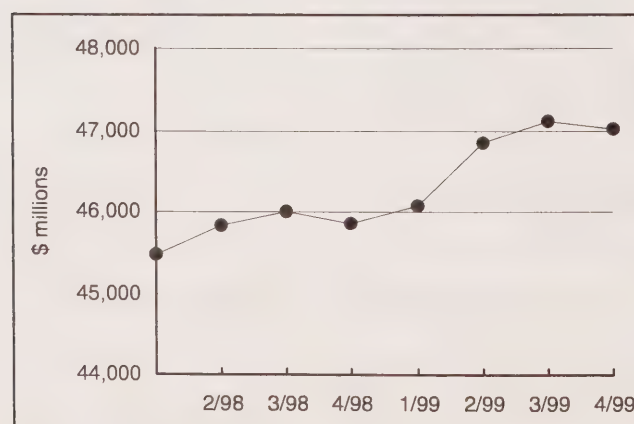


Table B1. Finance, insurance and real estate, annualized GDP at factor cost**Tableau B1. Finance, assurances et services immobiliers, PIB annualisé au coût des facteurs**

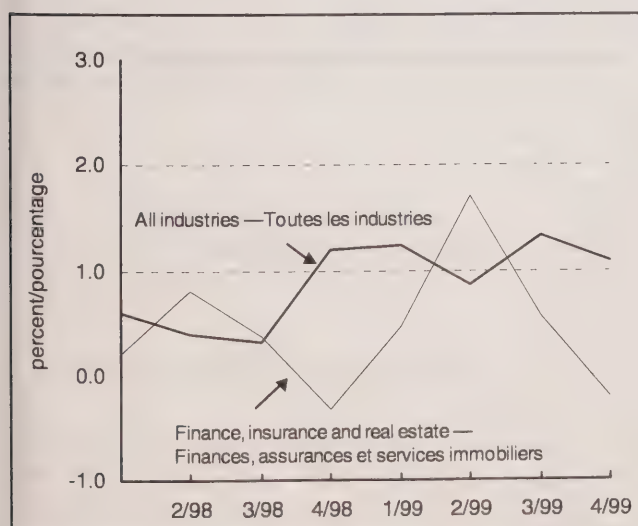
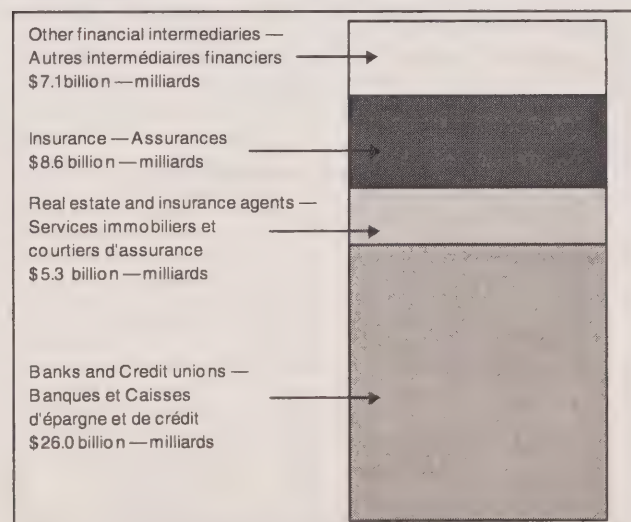
	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Banks*	23,872	24,120	24,241	24,223	23,994	24,287	24,315	24,497	Banques*
Credit unions	1,524	1,521	1,532	1,540	1,547	1,531	1,548	1,547	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	8,541	8,474	8,508	8,561	8,562	8,503	8,637	8,604	Assurances
Other finan. intermediaries	6,400	6,439	6,430	6,415	6,694	6,943	7,077	7,065	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	5,136	5,280	5,296	5,116	5,273	5,589	5,536	5,300	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	45,473	45,834	46,007	45,855	46,070	46,853	47,113	47,013	Total du groupe
Overall economy	715,659	718,387	720,703	729,272	738,314	744,665	754,524	762,657	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Banks*	1.1	1.0	0.5	-0.1	-0.9	1.2	0.1	0.7	Banques*
Credit unions	-0.5	-0.2	0.7	0.5	0.5	-1.0	1.1	-0.1	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-0.5	-0.8	0.4	0.6	0.0	-0.7	1.6	-0.4	Assurances
Other finan. intermediaries	-0.4	0.6	-0.1	-0.2	4.3	3.7	1.9	-0.2	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	-1.8	2.8	0.3	-3.4	3.1	6.0	-0.9	-4.3	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	0.2	0.8	0.4	-0.3	0.5	1.7	0.6	-0.2	Total du groupe
Overall economy	0.6	0.4	0.3	1.2	1.2	0.9	1.3	1.1	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Banks*	3.34	3.36	3.36	3.32	3.25	3.26	3.22	3.21	Banques*
Credit unions	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.20	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	1.19	1.18	1.18	1.17	1.16	1.14	1.14	1.13	Assurances
Other finan. intermediaries	0.89	0.90	0.89	0.88	0.91	0.93	0.94	0.93	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	0.72	0.73	0.73	0.70	0.71	0.75	0.73	0.69	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	6.35	6.38	6.38	6.29	6.24	6.29	6.24	6.16	Total du groupe

* Includes the central bank, banks and other deposit accepting institutions.

* Inclut la banque centrale, les banques et les autres établissements de dépôts.

Chart B4. GDP nominal growth rates**Graphique B4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries****Graphique B5. Production du groupe de finance, assurances et services immobiliers**

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B2. Finance and insurance industries, employment

Tableau B2. Finance et assurances, emploi

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Depository credit intermediation	298	290	303	304	301	298	302	294	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	19	21	22	23	17	19	19	23	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	5	4	5	6	7	9	10	7	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	84	77	77	81	85	92	95	101	Valeurs mobil./contrats de march.
Insurance services	202	200	199	187	197	194	196	200	Assurances
Total	609	594	607	602	611	615	623	627	Total
Full-time	538	522	532	520	534	539	544	547	Plein temps
Part-time	71	72	75	82	76	76	79	80	Temps partiel
Self employment*	48	44	48	48	50	56	61	54	Travail autonome*

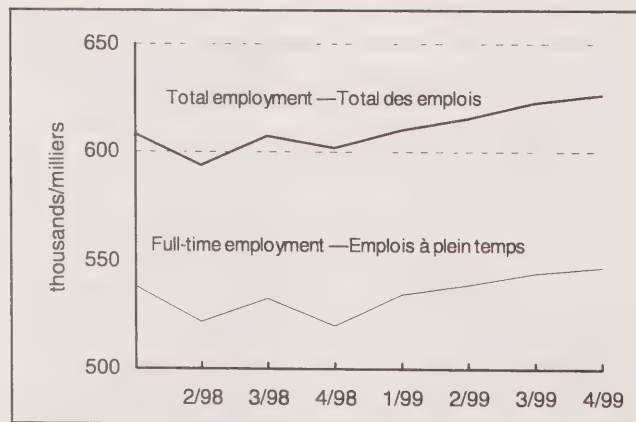
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

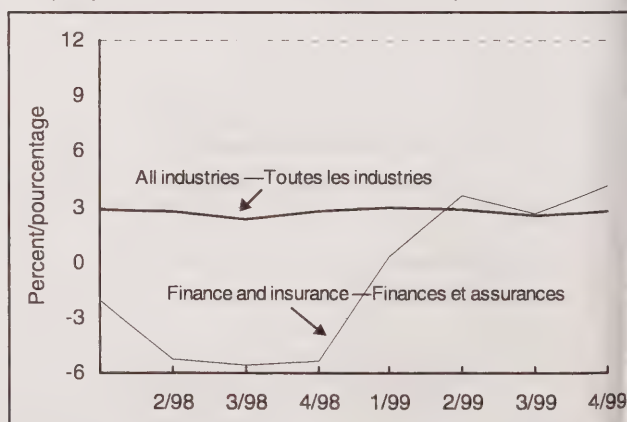
Rates of change (%)					Taux de variation (%)				
Depository credit intermediation	-9.1	-8.5	-3.4	-2.1	0.8	2.8	-0.3	-3.1	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	-7.0	4.6	7.0	22.2	-9.1	-10.2	-11.6	-1.7	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	71.4	-12.5	-29.2	9.8	45.8	116.7	106.5	32.1	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	48.6	11.4	-8.3	-2.8	1.6	19.1	24.0	25.0	Valeurs mobil./contrats de march.
Insurance services	-5.4	-7.1	-8.2	-13.7	-2.6	-3.0	-1.6	7.2	Assurances
Total	-2.1	-5.3	-5.5	-5.4	0.3	3.6	2.6	4.2	Total
Full-time	-0.2	-5.2	-5.3	-6.2	-0.6	3.3	2.2	5.2	Plein temps
Part-time	-14.1	-5.9	-7.3	0.1	7.2	5.7	5.6	-2.6	Temps partiel
Self employment*	-5.9	-25.0	-21.8	-10.7	4.0	27.3	27.1	11.0	Travail autonome*
Overall economy growth rates (%)					Taux de croissance de l'économie totale (%)				
Total	2.9	2.7	2.4	2.7	3.0	2.8	2.6	2.7	Total
Full-time	3.8	2.9	2.5	2.6	3.1	3.4	3.0	3.8	Plein temps
Part-time	-0.7	1.8	1.9	3.0	2.4	0.2	0.3	-1.7	Temps partiel
Self-employment	5.1	2.3	1.8	4.2	3.6	4.2	1.1	-0.1	Travail autonome

* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart B6. Employment¹Graphique B6. Emploi¹

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart B7. Employment growth rates²Graphique B7. Taux de croissance de l'emploi²

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B3. Finance, insurance and real estate, average wages and salaries

Tableau B3. Finance, assurances et services immobiliers, rémunération

	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
All employees	current dollars per year — dollars courants par année								Tous les employés
Chartered banks	35,465	35,480	35,542	35,984	35,965	36,609	36,948	37,322	Banques à charte
Trust/mortg. companies	35,760	36,068	35,898	36,382	36,187	36,507	36,761	37,525	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	35,080	35,407	35,841	36,114	35,477	36,313	35,996	36,405	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	45,400	47,091	46,164	46,383	47,610	47,858	46,950	47,053	Assurances
Other finan. intermediaries	50,985	51,992	49,557	49,398	48,071	48,234	46,816	47,061	Autres interm. financiers
Real estate operators	29,334	28,724	28,852	30,250	30,280	30,471	30,020	30,176	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	36,161	36,628	36,449	36,435	36,611	36,994	36,658	36,928	Agences (assur./immob.)
Total	39,066	39,528	38,935	39,434	39,449	39,911	39,419	39,770	Total
Overall economy	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,822	32,018	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
Rates of change (%)	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								Taux de variation (%)
Chartered banks	1.0	0.0	0.2	1.2	-0.1	1.8	0.9	1.0	Banques à charte
Trust/mortg. companies	0.5	0.9	-0.5	1.3	-0.5	0.9	0.7	2.1	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	3.9	0.9	1.2	0.8	-1.8	2.4	-0.9	1.1	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	4.5	3.7	-2.0	0.5	2.6	0.5	-1.9	0.2	Assurances
Other finan. intermediaries	-1.4	2.0	-4.7	-0.3	-2.7	0.3	-2.9	0.5	Autres interm. financiers
Real estate operators	-1.6	-2.1	0.4	4.8	0.1	0.6	-1.5	0.5	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	0.9	1.3	-0.5	0.0	0.5	1.0	-0.9	0.7	Agences (assur./immob.)
Total	0.9	1.2	-1.5	1.3	0.0	1.2	-1.2	0.9	Total
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Chartered banks	0.5	-0.2	0.1	1.1	-0.3	0.7	0.2	0.7	Banques à charte
Trust/mortg. companies	0.0	0.6	-0.6	1.2	-0.8	-0.2	0.0	1.8	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	3.4	0.7	1.1	0.6	-2.0	1.3	-1.6	0.8	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	3.9	3.5	-2.1	0.3	2.4	-0.5	-2.6	-0.1	Assurances
Other finan. intermediaries	-1.9	1.7	-4.8	-0.5	-2.9	-0.7	-3.6	0.2	Autres interm. financiers
Real estate operators	-2.1	-2.3	0.3	4.7	-0.2	-0.4	-2.2	0.2	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	0.4	1.0	-0.6	-0.2	0.2	0.0	-1.6	0.4	Agences (assur./immob.)
Total	0.4	0.9	-1.6	1.1	-0.2	0.1	-1.9	0.6	Total
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nom. (%)
Overall economy	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.4	0.6	Économie totale

Chart B8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted)
Graphique B8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC)

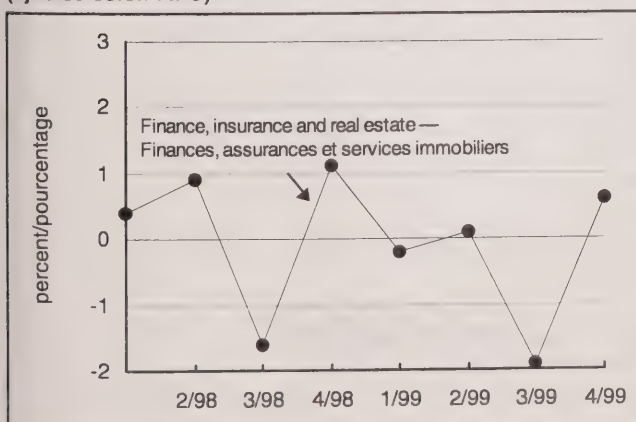
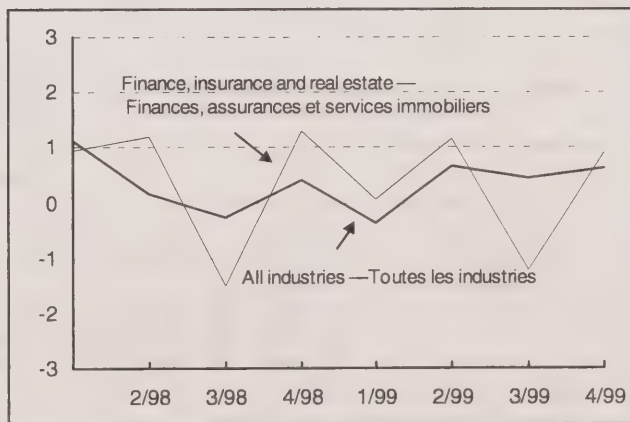


Chart B9. Wage and salary growth rates¹
Graphique B9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication



Analytical Studies Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Professional, Scientific
and Technical Services
Industries**

**Services professionnels,
scientifiques et
techniques**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

C. Professional, Scientific and Technical Services Industries

C. Services professionnels, scientifiques et techniques

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Professional, Scientific and Technical Services section offers coverage of establishments primarily engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider, and expertise is what each of these industries sells. The distinguishing feature of this sector is that most of its industries have production processes that are wholly dependent on worker skills, therefore equipment and materials are relatively less important. Nevertheless, this section's industry coverage resembles that which was offered in the business services sections of previous issues of *Services Indicators*.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques comprend les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de service, et l'expertise est ce que vend chacun de ces établissements. Ce secteur se distingue par le fait qu'il comprend surtout des établissements dont les procédés de production dépendent entièrement des compétences des employés et dans lesquels le matériel et l'outillage jouent un rôle relativement moins important. Néanmoins, la couverture de ce secteur est semblable à celle des sections sur les services aux entreprises des numéros antérieurs d'*Indicateurs des services*.

Vous trouverez la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quand une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Legal Services (NAICS 5411)

M7761* Offices Of Lawyers & Notaries

M7799* Other Business Services n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

Services juridiques (SCIAN 5411)

M7761* Études d'avocats et de notaires

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Accounting, Tax Preparation, Bookkeeping and Payroll Services (NAICS 5412)

M7731 Offices Of Chartered & Certified Accountants

M7739* Other Accounting & Bookkeeping

Services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paie (SCIAN 5412)

M7731 Bureaux de comptables et d'experts-comptables

M7739* Autres services de comptabilité et de tenue de livres

Architectural, Engineering and Related Services (NAICS 5413)

A0229* Other Services Inc to Agricultural Crops

F4499* Other Services Inc. to Construction n.e.c.

G4513* Non-Scheduled Air Transport Specialty Service

M7751 Offices Of Architects

M7752 Offices Of Engineers

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

P8684* Public Health Laboratories

Architecture, génie et services connexes (SCIAN 5413)

A0229* Autres services relatifs aux cultures

F4499* Autres services relatifs à la construction n.c.a.

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)

M7751 Bureaux d'architectes

M7752 Bureaux d'ingénieurs

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

P8684* Laboratoires de santé publique

Specialized Design Services (NAICS 5414)

M7749* Other Advertising Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Services spécialisés de design (SCIAN 5414)

M7749* Autres services de publicité

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Computer Systems Design and Related Services (NAICS 5415)

M7721* Computer Services

Conception de systèmes informatiques et services connexes (SCIAN 5415)

M7721* Services d'informatique

Management, Scientific and Technical Consulting Services (NAICS 5416)

A0231* Agricultural Management & Consulting Services

M7711* Employment Agencies

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Scientific Research and Development Services (NAICS 5417)

A0239* Other Services Inc. to Agriculture n.e.c.

B0321* Services Incidental to Fishing

M7759* Other Scientific & Technical Services

O8599* Other Educational Services

P8693 Health Care Research Agencies

P8694* Social Service Planning & Advocacy Agencies

R9999* Other Services n.e.c.

Advertising and Related Services (NAICS 5418)

M7741 Advertising Agencies

M7742 Media Representatives

M7743 Outdoor Display & Billboard Advertising

M7749* Other Advertising Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Other Professional, Scientific and Technical Services (NAICS 5419)

A0211 Veterinary Services

M7749* Other Advertising Services

Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (SCIAN 5416)

A0231* Services de gestion agricole d'experts-conseils

M7711* Bureaux de placement

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7771* Bureaux de conseils en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Services de recherche et de développement scientifiques (SCIAN 5417)

A0239* Autres services relatifs à l'agriculture n.c.a.

B0321* Services relatifs à la pêche

M7759* Autres services scientifiques et techniques

O8599* Autres services d'enseignement

P8693 Organismes de recherche pour les soins de santé

P8694* Organismes de planification et de soutien des services sociaux

R9999* Autres services n.c.a.

Publicité et services connexes (SCIAN 5418)

M7741 Agences de publicité

M7742 Représentants de médias

M7743 Étalages et panneaux d'affichage publicitaire en extérieur

M7749* Autres services de publicité

M7771* Bureaux de conseil en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Autres services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 5419)

A0211 Services vétérinaires

M7749* Autres services de publicité

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

R9931 Photographers

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Computer and Related Services (772)

Accounting and Bookkeeping Services (773)

Advertising Services (774)

Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services (775)

Offices of Lawyers and Notaries (776)

Miscellaneous Business Services (771, 777, 779)

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9931 Photographes

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé « Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord », qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services informatiques et services connexes (772)

Services de comptabilité (773)

Services de publicité (774)

Bureaux d'architectes, d'ingénieurs et autres services scientifiques et techniques (775)

Cabinets d'avocats et de notaires (776)

Services divers fournis aux entreprises (771, 777, 779)

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Highlights — 4th Quarter 1999

- Output for the business services industries rose by 2.1% this quarter — nearly twice the rate of GDP growth for the overall economy. As is usually the case, business services expansion was driven by the computer services industry which grew 4.0% this quarter. Yet, paradoxically, this robust figure was the computer services industry's *lowest* GDP growth rate since the second quarter of 1998. Rapid growth was also recorded this quarter in the miscellaneous business services category (+2.7%). The only industry in which output contracted this quarter was the accounting and legal services industry (-0.9%).
- Since the fourth quarter of 1998, business services output has risen by 7.9%, which easily exceeded the growth rate for the entire economy (+4.6%). Again, this GDP increase was almost entirely driven by growth in the computer services industry (+21.3) and miscellaneous business services (+9.0%). Meanwhile output declined by 1.7% in the architectural and other scientific services industry.
- Strong business services output growth has made this industry group an increasingly important component of Canada's economy. In addition to the indirect efficiency-improving benefits it offers other industries, the business services group directly accounts for 5.9% of Canada's GDP, up a full percentage point from the proportion recorded five years ago.
- After growing for seven consecutive quarters, employment in professional, scientific and technical services fell by 13,700 this quarter. The loss of 29,000 full-time jobs was only partially offset by the addition

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

- Au quatrième trimestre, la production du groupe des services aux entreprises a augmenté de 2,1 %, ce qui est près de deux fois supérieur à la hausse du PIB pour l'ensemble de l'économie. Comme ce fut le cas précédemment, l'expansion dans ce groupe au quatrième trimestre est attribuable principalement à la performance des services informatiques, dont la production s'est accrue de 4,0 %. Paradoxalement, toutefois, ce gain pourtant appréciable des services informatiques constitue le *plus faible* taux d'accroissement du PIB de ce secteur, depuis le deuxième trimestre de 1998. Une forte croissance a aussi été enregistrée ce trimestre-ci dans les services divers aux entreprises (+2,7 %), le seul recul touchant les services comptables et juridiques (-0,9 %).
- Depuis le quatrième trimestre de 1998, la production des services aux entreprises a fait un bond de 7,9 %, ce qui dépasse largement le taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (+4,6 %). Là encore, cet accroissement est imputable presque entièrement à la performance des services informatiques (+21,3) et des services divers aux entreprises (+9,0 %). En revanche, la production a régressé de 1,7 % dans les services d'architecture et autres services scientifiques.
- L'accroissement sensible de la production de ce secteur en fait une composante de plus en plus importante de l'économie canadienne. En plus des avantages indirects qu'il procure aux autres secteurs par une amélioration de leur efficacité, le groupe des services aux entreprises génère aujourd'hui 5,9 % du PIB du Canada, ce qui représente une hausse d'un point par rapport à la proportion d'il y a cinq ans.
- Après avoir augmenté pendant sept trimestres consécutifs, l'emploi dans les services professionnels, scientifiques et techniques a reculé de 13 700 au quatrième trimestre, la perte de 29 000 emplois à temps plein n'étant qu'

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 4.1%
Salaries	↑ 0.8%
GDP	↑ 2.1%

* From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 4,1 %
Rémunération	↑ 0,8 %
PIB	↑ 2,1 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

of 15,300 part-time positions. As a result the proportion of the sector's workforce that is employed part-time increased from 11.8% to 13.7% this quarter. Nevertheless, this is much lower than the economy-wide figure of 18.9%.

- Job losses this quarter were highest in legal services (-6,000 jobs), accounting, tax preparation, bookkeeping and payroll services (-5,000) and management, scientific and technical consulting services (-5,000). The architectural, engineering and related services industry was the only industry in this sector to significantly expand its workforce this quarter, adding 13,000 jobs.
- Despite job losses this quarter, employment in professional, scientific and technical services is much higher than it was four quarters ago. Compared to the fourth quarter of 1998 the sector now employs 36,000 more people. All of the added jobs were full-time positions. Workforce expansion was most evident in computer systems design services (+23,000 jobs) and architectural, engineering and related services (+18,000).
- Average wages and salaries in the business services sector rose in nominal terms by 0.8% this quarter, similar to the economy-wide growth rate. Within the sector, remuneration growth was most rapid in the architectural, engineering and other scientific and technical services industry (+1.7%). Computer service industry employees experienced a slight decline (-0.8%) following six straight quarterly increases.
- Over the past year average remuneration in business services rose 1.8%. The management consulting and accounting services industries posted the highest increases, with their employees respectively earning 3.4% and 3.1% more this quarter than they did in the fourth quarter of 1998. In contrast, employment agency employees saw their average wages and salaries decline by 0.7%.

partiellement neutralisée par la création de 15 300 emplois à temps partiel. Ceci a eu pour effet d'accroître la proportion des effectifs de ce groupe travaillant à temps partiel, laquelle proportion est passée de 11,8 % à 13,7 % au quatrième trimestre. Ce pourcentage demeure néanmoins nettement inférieur au taux pour l'ensemble de l'économie (18,9 %).

- Les pertes d'emplois au quatrième trimestre touchent surtout les services juridiques (6 000 emplois), les services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paye (5 000 emplois), ainsi que les services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (5 000 emplois). Le secteur de l'architecture, du génie et des services connexes est le seul à enregistrer une hausse appréciable au quatrième trimestre, avec la création de 13 000 emplois.
- Malgré les pertes d'emplois ce trimestre-ci, les effectifs dans les services professionnels, scientifiques et techniques demeurent beaucoup plus élevés qu'ils ne l'étaient l'an dernier, ce groupe employant 36 000 personnes de plus qu'au quatrième trimestre de 1998. Qui plus est, tous ces nouveaux emplois sont à temps plein. Les hausses les plus notables ont été réalisées dans la conception de systèmes informatiques (+23 000 emplois) et le secteur de l'architecture, du génie et des services connexes (+18 000).
- Au quatrième trimestre, la rémunération moyenne dans les services aux entreprises s'est accrue de 0,8 %, en valeur nominale, ce qui est comparable au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie. À l'intérieur du groupe, c'est dans le secteur des services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques que la rémunération a le plus augmenté (+1,7 %), tandis que les employés des services informatiques ont vu leur rémunération reculer légèrement (-0,8 %), après six trimestres consécutifs à la hausse.
- Au cours de la dernière année, la rémunération moyenne dans les services aux entreprises s'est accrue de 1,8 %. Les services de conseils en gestion et les services de comptabilité enregistrent les hausses les plus fortes, les salariés gagnant respectivement 3,4 % et 3,1 % de plus ce trimestre-ci qu'au quatrième trimestre de 1998. En revanche, la rémunération moyenne des employés des agences de placement a diminué de 0,7 %.

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

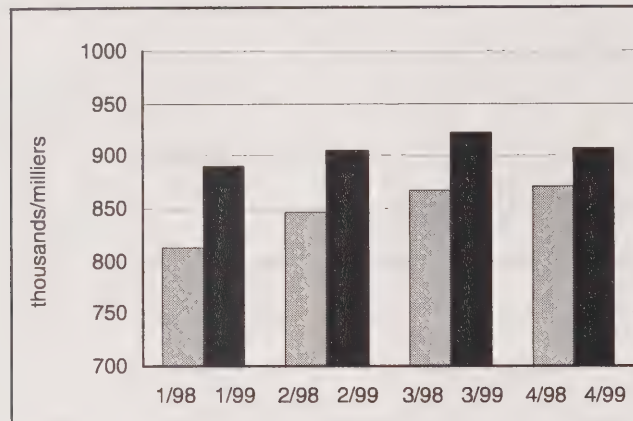


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

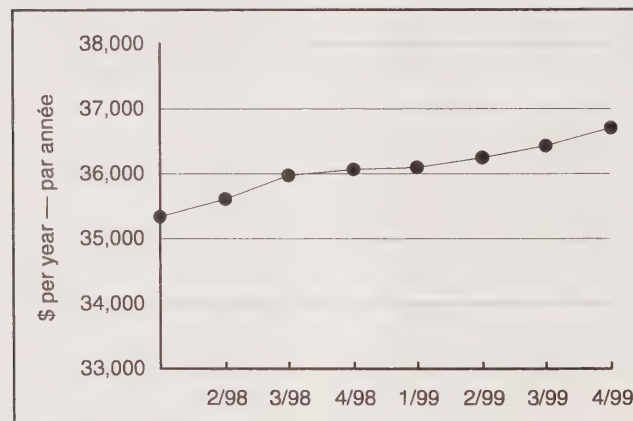


Chart C3. GDP

Graphique C3. PIB

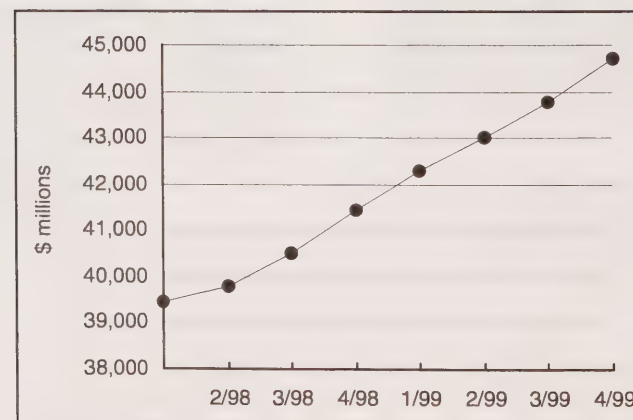
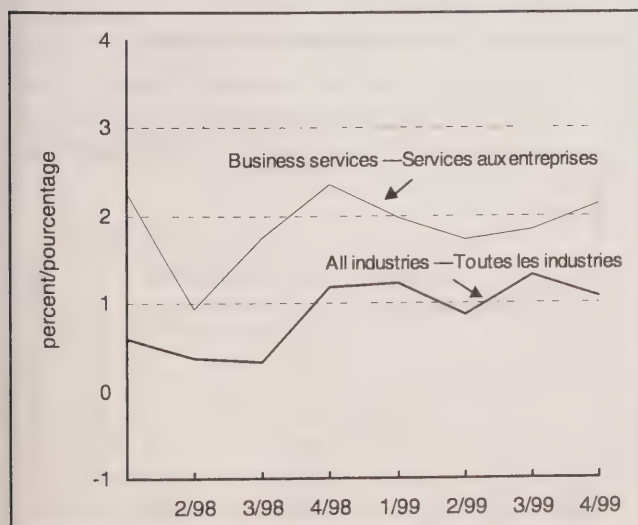


Table C1. Business services, annualized GDP at factor cost**Tableau C1. Services aux entreprises, PIB annualisé au coût des facteurs**

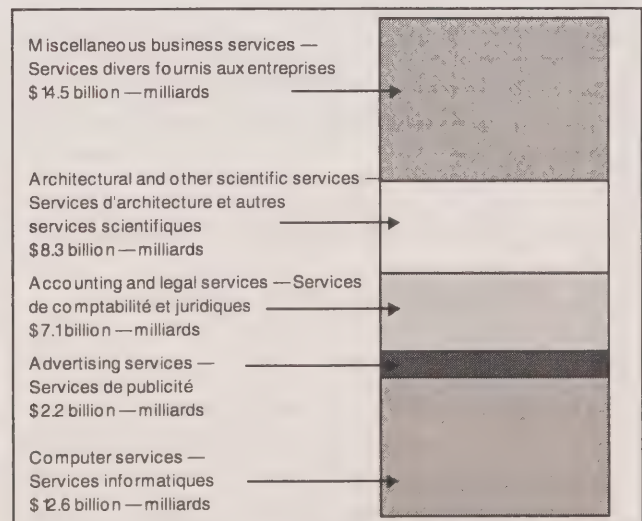
1998					1999				
I	II	III	IV		I	II	III	IV	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)					PIB annualisé (dés.)				
Computer services	8,996	9,258	9,715	10,367	11,033	11,584	12,087	12,570	Services informatiques
Advertising services	2,134	2,138	2,154	2,166	2,149	2,143	2,127	2,155	Services de publicité
Architectural and other									Services d'architecture et
scientific services	8,464	8,441	8,460	8,484	8,318	8,269	8,240	8,341	autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	7,154	7,164	7,103	7,099	7,185	7,173	7,189	7,127	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	12,681	12,800	13,061	13,327	13,580	13,827	14,146	14,525	Services divers aux entreprises*
Total business services	39,429	39,801	40,493	41,443	42,265	42,996	43,789	44,718	Total serv. aux entreprises
Overall economy	715,659	718,387	720,703	729,272	738,314	744,665	754,524	762,657	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)					Taux de variation (%)				
Computer services	4.4	2.9	4.9	6.7	6.4	5.0	4.3	4.0	Services informatiques
Advertising services	5.4	0.2	0.7	0.6	-0.8	-0.3	-0.7	1.3	Services de publicité
Architectural and other									Services d'architecture et
scientific services	1.5	-0.3	0.2	0.3	-2.0	-0.6	-0.4	1.2	autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	-0.7	0.1	-0.9	-0.1	1.2	-0.2	0.2	-0.9	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	2.5	0.9	2.0	2.0	1.9	1.8	2.3	2.7	Services divers aux entreprises*
Total business services	2.3	0.9	1.7	2.3	2.0	1.7	1.8	2.1	Total serv. aux entreprises
Overall economy	0.6	0.4	0.3	1.2	1.2	0.9	1.3	1.1	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Computer services	1.3	1.3	1.3	1.4	1.5	1.6	1.6	1.6	Services informatiques
Advertising services	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	Services de publicité
Architectural and other									Services d'architecture et
scientific services	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1	autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	1.9	1.9	Services divers aux entreprises*
Total business services	5.5	5.5	5.6	5.7	5.7	5.8	5.8	5.9	Total serv. aux entreprises

* Includes the following SIC-E's: 771, 777 and 779.

* Comprend les groupes suivants de CTI-E : 771, 777 et 779.

Chart C4. GDP nominal growth rates**Graphique C4. Taux nominaux de croissance du PIB**

See definitions and concepts at the end of publication

Chart C5. Output of business services group of industries**Graphique C5. Production des services aux entreprises**

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C2. Professional, scientific and technical services industries, employment**Tableau C2. Services professionnels, scientifiques et techniques, emploi**

	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Employment	thousands — milliers								Emploi
Legal services	107	117	126	113	110	113	124	118	Services juridiques
Accounting-related services	104	109	104	111	125	114	116	111	Comptabilité et services connexes
Archit./engineering services	139	157	164	162	165	171	167	180	Architecture/génie
Specialized design services	45	44	40	41	34	45	51	40	Services spécialisés de design
Computer systems design	175	168	185	190	214	222	214	213	Conception de syst. informatiques
Mngt/sci/tech'l consulting	112	120	113	109	103	108	109	104	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	18	16	16	16	25	19	19	20	Services de R&D scientifiques
Advertising services	61	62	64	70	61	60	61	64	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	52	55	55	59	51	51	59	57	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	813	847	867	871	889	904	920	907	Total
Full-time	681	717	746	746	775	797	812	783	Plein temps
Part-time	132	130	122	125	114	108	109	124	Temps partiel
Self employment*	320	327	320	322	328	342	332	323	Travail autonome*

Analytical table — Tableau analytique

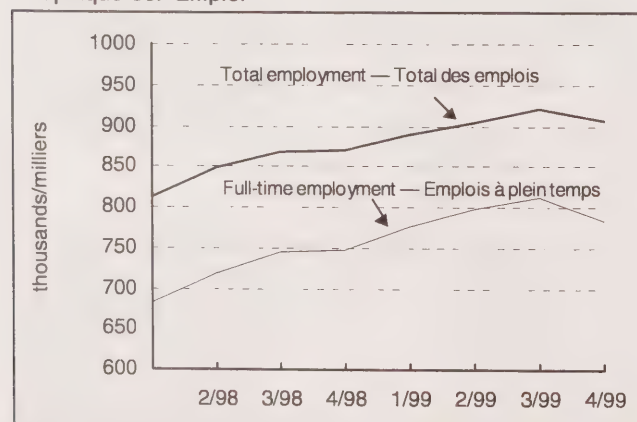
from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)					Taux de variation (%)				
Legal services	-3.3	6.8	14.5	7.4	3.4	-3.6	-1.6	4.7	Services juridiques
Accounting-related services	-6.6	2.1	8.0	17.3	20.3	5.0	11.2	-0.4	Comptabilité et services connexes
Archit./engineer. services	-5.6	2.4	3.2	8.5	18.5	8.9	2.0	10.9	Architecture/génie
Specialized design services	9.3	13.5	-12.2	-5.3	-23.1	3.7	25.7	-2.2	Services spécialisés de design
Computer systems design	26.6	10.2	19.0	13.6	22.5	32.5	16.2	12.3	Conception de syst. informatiques
Mngt/sci/tech'l consulting	21.8	34.2	14.3	5.7	-8.2	-9.7	-3.7	-4.8	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	5.3	-5.8	-15.5	-17.1	37.8	19.3	18.3	25.0	Services de R&D scientifiques
Advertising services	29.7	10.5	1.6	9.6	-0.8	-3.2	-4.2	-8.0	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	23.6	6.0	2.0	15.7	-1.5	-6.4	7.3	-3.2	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	8.9	9.3	8.2	9.3	9.3	6.8	6.1	4.1	Total
Full-time	7.0	8.1	8.7	11.9	13.8	11.0	8.9	4.9	Plein temps
Part-time	20.3	16.7	5.3	-4.0	-13.9	-16.9	-10.5	-0.6	Temps partiel
Self employment*	16.9	15.0	6.9	8.3	2.6	4.4	4.0	0.3	Travail autonome*

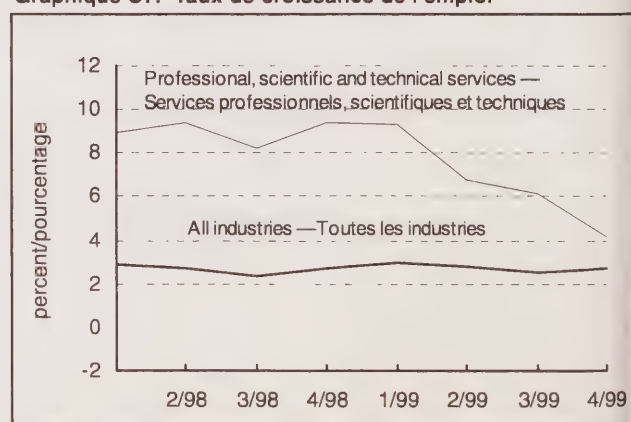
Overall economy growth rates (%)					Taux de croissance de l'économie globale (%)				
Total	2.9	2.7	2.4	2.7	3.0	2.8	2.6	2.7	Total
Full-time	3.8	2.9	2.5	2.6	3.1	3.4	3.0	3.8	Plein temps
Part-time	-0.7	1.8	1.9	3.0	2.4	0.2	0.3	-1.7	Temps partiel
Self employment	5.1	2.3	1.8	4.2	3.6	4.2	1.1	-0.1	Travail autonome

* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart C6. Employment¹**Graphique C6. Emploi¹**

¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart C7. Employment growth rates²**Graphique C7. Taux de croissance de l'emploi²**

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

See definitions and concepts at the end of publication

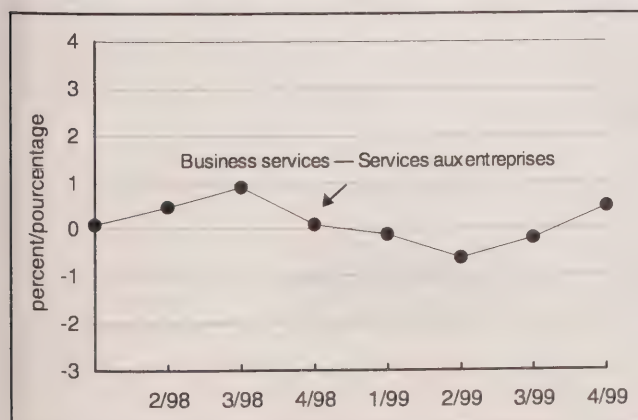
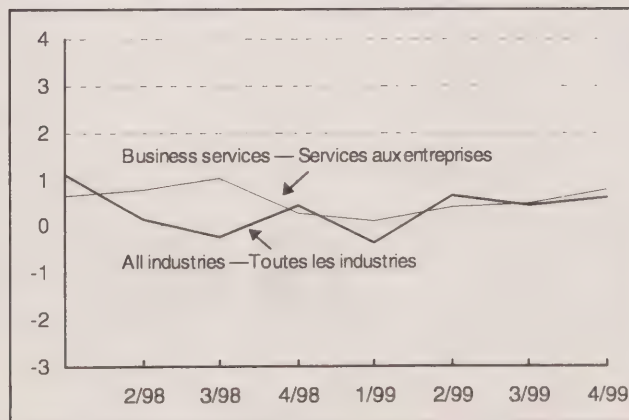
Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C3. Business services, average wages and salaries**Tableau C3. Services aux entreprises, rémunération**

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Employés
Computer services	45,702	46,262	47,579	47,611	48,157	48,649	49,229	48,843	Services informatiques
Accounting services	32,271	34,014	34,632	34,821	34,040	35,188	35,484	35,913	Services de comptabilité
Advertising services	31,085	31,196	31,562	32,074	32,312	31,970	31,887	32,209	Services de publicité
Archit./engin. services	44,762	44,426	44,212	44,377	44,338	44,680	44,186	44,930	Services d'arch./d'ingén.
Lawyers and notaries	35,482	35,854	36,800	37,059	36,735	36,293	36,273	36,405	Avocats et notaires
Employment agencies	24,726	25,313	25,360	25,506	25,337	25,366	25,469	25,326	Bureaux de placement
Mngt. consulting services	37,388	37,226	37,187	37,253	37,470	37,444	38,025	38,506	Bur. de conseils en gestion
Other business services	27,757	27,624	27,920	27,728	27,618	27,798	28,168	28,614	Autres serv. aux entreprises
Total	35,334	35,604	35,968	36,060	36,104	36,248	36,428	36,702	Total
Overall economy	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,822	32,018	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Computer services	-0.6	1.2	2.8	0.1	1.1	1.0	1.2	-0.8	Services informatiques
Accounting services	-3.6	5.4	1.8	0.5	-2.2	3.4	0.8	1.2	Services de comptabilité
Advertising services	-1.8	0.4	1.2	1.6	0.7	-1.1	-0.3	1.0	Services de publicité
Archit./engin. services	1.1	-0.8	-0.5	0.4	-0.1	0.8	-1.1	1.7	Services d'arch./d'ingén.
Lawyers and notaries	1.4	1.0	2.6	0.7	-0.9	-1.2	-0.1	0.4	Avocats et notaires
Employment agencies	1.2	2.4	0.2	0.6	-0.7	0.1	0.4	-0.6	Bureaux de placement
Mngt. consulting services	3.1	-0.4	-0.1	0.2	0.6	-0.1	1.6	1.3	Bur. de conseils en gestion
Other business services	0.5	-0.5	1.1	-0.7	-0.4	0.7	1.3	1.6	Autres serv. aux entreprises
Total	0.6	0.8	1.0	0.3	0.1	0.4	0.5	0.8	Total
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Computer services	-1.1	1.0	2.7	-0.1	0.9	0.0	0.5	-1.1	Services informatiques
Accounting services	-4.1	5.1	1.7	0.4	-2.5	2.3	0.1	0.9	Services de comptabilité
Advertising services	-2.4	0.1	1.1	1.5	0.5	-2.1	-1.0	0.7	Services de publicité
Archit./engin. services	0.5	-1.0	-0.6	0.2	-0.4	-0.3	-1.8	1.4	Services d'arch./d'ingén.
Lawyers and notaries	0.8	0.8	2.5	0.5	-1.1	-2.2	-0.8	0.1	Avocats et notaires
Employment agencies	0.6	2.1	0.1	0.4	-0.9	-0.9	-0.3	-0.9	Bureaux de placement
Mngt. consulting services	2.5	-0.7	-0.2	0.0	0.3	-1.1	0.8	1.0	Bur. de conseils en gestion
Other business services	0.0	-0.7	1.0	-0.9	-0.7	-0.4	0.6	1.3	Autres serv. aux entreprises
Total	0.1	0.5	0.9	0.1	-0.1	-0.6	-0.2	0.5	Total
Nominal growth rates (%)									Taux nom. de variation (%)
Overall economy	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.4	0.6	Économie totale

Chart C8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates**Graphique C8. Taux de croissance réels (ajustés selon l'IPC)****Chart C9. Nominal wage and salary growth rates****Graphique C9. Taux nominaux de croissance**



Custom Totalisations Tabulations spéciales

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Accommodation and
Food Services Industries**

**Hébergement et services
de restauration**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

D. Accommodation and Food Services Industries

D. Hébergement et services de restauration

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Accommodation and Food Services section covers establishments that are primarily engaged in providing short-term lodging and complementary services to travellers and vacationers in facilities such as hotels and motels. This sector also comprises establishments that mainly prepare meals, snacks and beverages, to customer order, for immediate consumption.

Compared to the corresponding section of previous *Services Indicators*, this section required only slight modifications due to the fact that the industry's coverage under NAICS closely resembles that which was offered under the SIC-based coding structure.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de l'hébergement et des services de restauration comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir de l'hébergement de courte durée et des services complémentaires à des voyageurs et des vacanciers dans des installations telles que des hôtels et des motels. Ce secteur comprend aussi les établissements dont l'activité principale consiste à préparer des repas, des repas légers et des boissons commandés par les clients pour consommation immédiate.

Comparativement à la section correspondante des numéros précédents d'*Indicateurs des services*, la présente section ne comporte que de légères modifications, car la couverture du secteur est presque la même aux termes du SCIAN que selon la CTI.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Accommodation Services (NAICS 721)

Q9111 Hotels & Motor Hotels

Q9112 Motels

Q9113 Tourist Courts & Cabins

Q9114 Guest Houses & Tourist Homes

Q9121 Lodging Houses & Residential Clubs

Q9131 Camping Grounds & Travel Trailer Parks

Q9141 Outfitters (Hunting & Fishing Camps)

Q9149* Other Recreation & Vacation Camps

Food Services and Drinking Places (NAICS 722)

Q9211* Restaurants, Licensed

Q9212 Restaurants, Unlicensed (Incl Drive-Ins)

Q9213 Take-Out Food Services

Q9214 Caterers

Q9221 Taverns, Bars & Night Clubs

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Traveler Accommodation Services (91)

- Hotels, Motels and Tourist Courts (911)
- Lodging Houses and Residential Clubs (912)

Services d'hébergement (SCIAN 721)

Q9111 Hôtels et auberges routières

Q9112 Motels

Q9113 Camps et cabines pour touristes

Q9114 Petits hôtels

Q9121 Pensions de famille et hôtels privés

Q9131 Terrains de camping et parcs à roulettes

Q9141 Camps de chasse et de pêche

Q9149* Autres camps de vacances

Services de restauration et débits de boissons (SCIAN 722)

Q9211* Restaurants avec permis de boissons

Q9212 Restaurants sans permis de boissons (y compris les restovolants)

Q9213 Services de mets à emporter

Q9214 Traiteurs

Q9221 Tavernes, bars et boîtes de nuit

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé « Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord », qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services d'hébergement des voyageurs (91)

- Hôtels, motels et camps pour touristes (911)
- Pensions de famille et hôtels privés (912)

- Camping Grounds and Travel Trailer Parks (913)
- Recreation and Vacation Camps (914)

- Terrains de camping et parcs à roulottes (913)
- Camps de vacances (914)

Food and Beverage Services Industries (92)

- Food Services (921)
- Taverns, Bars and Nightclubs (922)

Industries de la restauration (92)

- Services de restauration (921)
- Tavernes, bars et boîtes de nuit (922)

Accommodation and Food Services Industries

Highlights — 4th Quarter 1999

- Output for the traveler accommodation services industry declined for the second consecutive quarter — this time by 0.2%. In contrast, the GDP of the food and beverage services industry rose by 2.2% in the fourth quarter after having declined in the second and third quarters. Meanwhile, the entire economy grew at a rate of 1.1% during the fourth quarter.
- Compared to the fourth quarter of 1998, output in traveler accommodations services is now 0.4% lower. The food and beverage services industry, on the other hand, saw its output rise by 4.7%. This was almost identical to the 4.6% rate of growth in the whole economy.
- The traveler accommodation services industry reduced its workforce by 28,000 this quarter. All of the lost jobs were full-time positions. Due to its seasonal nature, the industry normally sheds jobs in the fourth quarter of every year. Job losses in this year's fourth quarter were mild compared to the 49,000 jobs that were lost in the fourth quarter of 1998. As well, the industry now employs 4,000 more people than it did during last year's fourth quarter. However, all of the jobs that have since been added are part-time positions.
- The restaurant and other food services industry is also subject to seasonal factors that dampen employment in most fourth quarters. However, whereas the industry shed 25,000 jobs in the fourth quarter of 1998, only 15,000 jobs were lost this quarter. As a result, the industry's workforce is 2.2% larger than it was in the fourth quarter of 1998.

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

- La production du secteur des services d'hébergement des voyageurs a diminué pour un deuxième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,2 %. Par contre, le PIB du secteur de la restauration s'est accru de 2,2 %, après avoir diminué aux deuxième et troisième trimestres. À titre de comparaison, la croissance pour l'ensemble de l'économie au quatrième trimestre a été de 1,1 %.
- La production dans le secteur des services d'hébergement des voyageurs a reculé de 0,4 % depuis le quatrième trimestre de 1998, alors qu'une hausse de 4,7 % a été observée dans le secteur de la restauration, cette augmentation étant presque identique au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (4,6 %).
- Les effectifs dans les services d'hébergement ont diminué de 28 000 au quatrième trimestre, tous les emplois perdus étant à temps plein. Ce recul de l'emploi au quatrième trimestre n'a toutefois rien d'inhabituel, étant donné le caractère saisonnier de ce secteur. Cette année, toutefois, les pertes d'emploi au quatrième trimestre ont été modestes comparativement aux 49 000 emplois perdus au quatrième trimestre de 1998. En outre, le secteur compte aujourd'hui 4 000 travailleurs de plus qu'au quatrième trimestre de l'an dernier. Cependant, tous les emplois créés sont à temps partiel.
- Le secteur de la restauration est lui aussi sujet à des variations saisonnières qui provoquent habituellement une baisse de l'emploi au quatrième trimestre. Cependant, alors qu'il y avait eu perte de 25 000 emplois au quatrième trimestre de 1998, seulement 15 000 emplois ont été supprimés ce trimestre-ci, de telle sorte que les effectifs dans ce secteur sont aujourd'hui 2,2 % supérieurs à ce qu'ils étaient au quatrième trimestre de 1998.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 2.2%
GDP	↑ 1.4%

* From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 2,2 %
PIB	↑ 1,4 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Average wages and salaries in the traveler accommodations industry dipped by 0.8% this quarter. However, this followed three straight quarters of healthy remuneration growth. As a result, despite the most recent drop, the industry's average remuneration is now 3.5% higher than it was in the fourth quarter of 1998.
- Employees in the food and beverage services industry saw their wages and salaries increase by an average of 1.1% this quarter, nearly double the growth rate posted in the whole economy. Nevertheless, the industry's average remuneration is only 0.9% higher than it was in the fourth quarter of 1998. This was lower than the 1.3% increase recorded in the entire economy.
- La rémunération moyenne dans le secteur de l'hébergement a reculé de 0,8 % au quatrième trimestre, après avoir augmenté de façon appréciable au cours des trois trimestres précédents. Aussi, malgré la baisse récente, la rémunération moyenne dans ce secteur est en hausse de 3,5 % par rapport au quatrième trimestre de 1998.
- Pour leur part, les employés du secteur de la restauration ont vu leur rémunération moyenne augmenter de 1,1 % au quatrième trimestre, soit dans une proportion de près du double du taux de croissance pour l'ensemble de l'économie. La rémunération moyenne dans ce secteur ne s'est toutefois accrue que de 0,9 % depuis le quatrième trimestre de 1998, cette hausse étant par ailleurs inférieure à celle enregistrée dans l'ensemble de l'économie (1,3 %).

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment

Graphique D1. Emploi

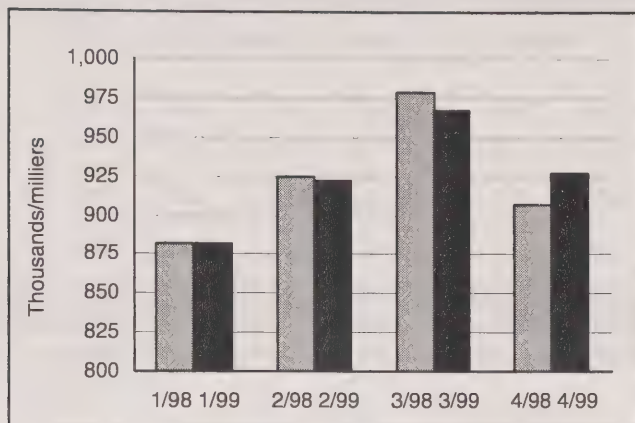


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

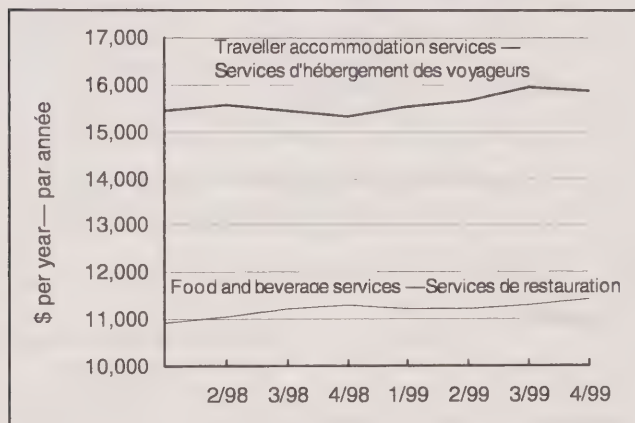


Chart D3. Real GDP

Graphique D3. PIB réel

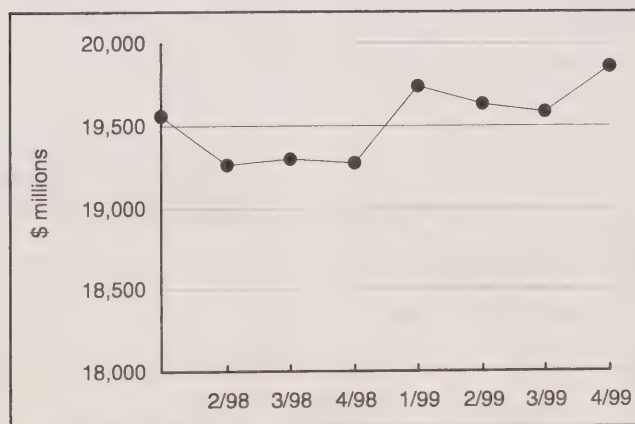


Table D1. Travel accommodation and food services, annualized GDP at factor cost**Tableau D1. Services d'hébergement des voyageurs et de restauration, PIB annualisé au coût des facteurs**

	1998				1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Accommodation services	6,359	6,192	6,159	6,345	6,372	6,376	6,336	6,322	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	13,194	13,071	13,133	12,926	13,365	13,251	13,245	13,538	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	19,553	19,263	19,292	19,271	19,737	19,627	19,581	19,860	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	715,659	718,387	720,703	729,272	738,314	744,665	754,524	762,657	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique**% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre**

Rates of change (%)					Taux de variation (%)				
Accommodation services	3.5	-2.6	-0.5	3.0	0.4	0.1	-0.6	-0.2	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	4.1	-0.9	0.5	-1.6	3.4	-0.9	0.0	2.2	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	3.9	-1.5	0.2	-0.1	2.4	-0.6	-0.2	1.4	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	0.6	0.4	0.3	1.2	1.2	0.9	1.3	1.1	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

Accommodation services	0.89	0.86	0.85	0.87	0.86	0.86	0.84	0.83	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	1.84	1.82	1.82	1.77	1.81	1.78	1.76	1.78	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	2.73	2.68	2.68	2.64	2.67	2.64	2.60	2.60	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration

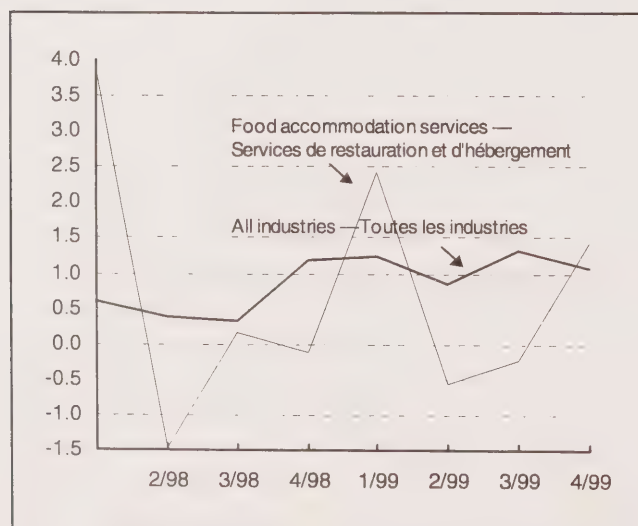
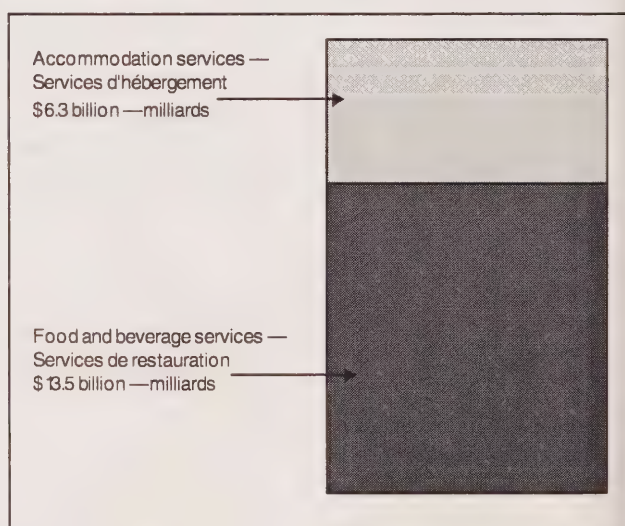
Chart D4. GDP nominal growth rates**Graphique D4. Taux nominaux de croissance du PIB****Chart D5. Output of food and accommodation services industries****Graphique D5. Production des industries de la restauration et de l'hébergement**

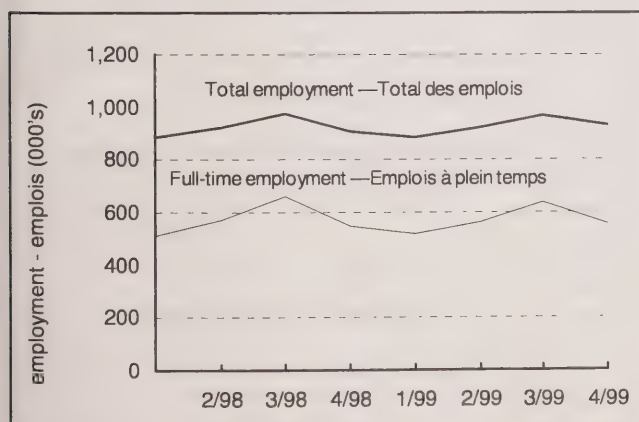
Table D2. Accommodation and food services industries, employment**Tableau D2. Hébergement et services de restauration, emploi**

	1998				1999			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	thousands — milliers							
Employment								Emploi
Accommodation services	176	193	230	181	170	179	213	185
Restaurants/other food services	657	689	706	681	671	700	711	696
Drinking places (alcoholic bever.)	49	42	42	45	40	44	44	47
Total	882	924	978	907	881	923	968	927
Full-time	512	570	661	551	521	565	635	557
Part-time	370	354	318	356	361	357	332	371

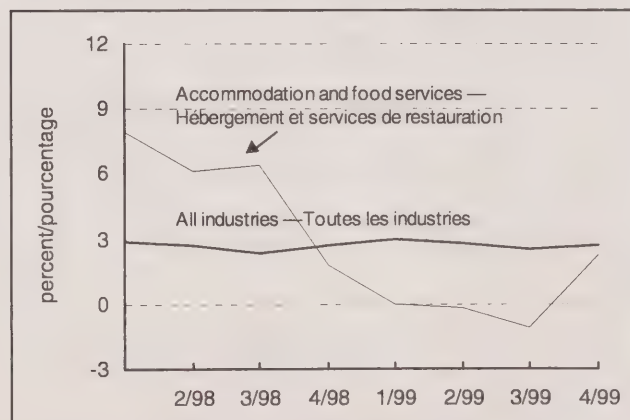
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)								Taux de variation (%)
Accommodation services	10.7	3.7	6.2	-1.8	-3.5	-7.4	-7.7	2.0
Restaurants/other food services	6.2	7.1	7.3	2.9	2.2	1.6	0.7	2.1
Drinking places (alcoholic bever.)	23.4	2.4	-6.2	0.5	-17.3	4.0	4.7	4.9
Total	7.9	6.1	6.4	1.8	0.0	-0.2	-1.1	2.2
Full-time	9.0	9.7	12.9	4.1	1.7	-0.9	-3.9	1.1
Part-time	6.4	0.9	-5.1	-1.5	-2.5	1.0	4.7	4.0
Overall economy growth rates (%)								Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.9	2.7	2.4	2.7	3.0	2.8	2.6	2.7
Full-time	3.8	2.9	2.5	2.6	3.1	3.4	3.0	3.8
Part-time	-0.7	1.8	1.9	3.0	2.4	0.2	0.3	-1.7

Chart D6. Employment¹**Graphique D6. Emploi¹**

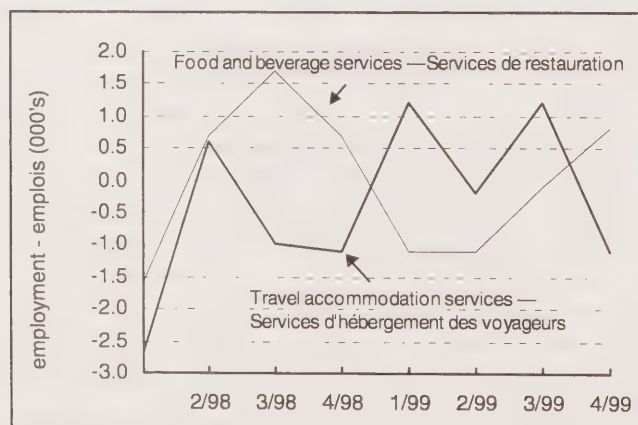
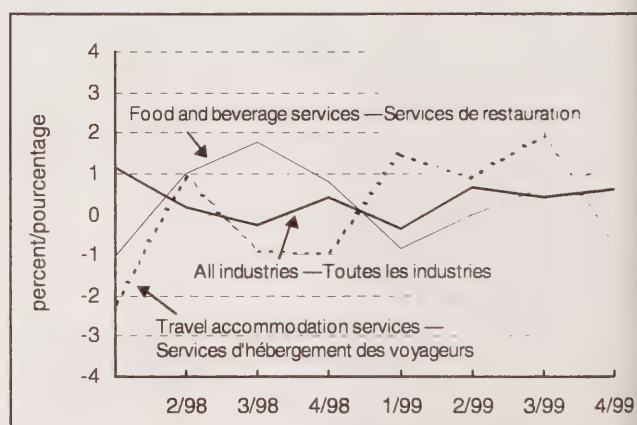
¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart D7. Employment growth rates²**Graphique D7. Taux de croissance de l'emploi²**

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table D3. Travel accommodation and food services, average wages and salaries**Tableau D3. Services de restauration et d'hébergement, rémunération**

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Traveller accommodation services	15,451	15,591	15,453	15,307	15,531	15,668	15,970	15,848	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	10,920	11,030	11,224	11,315	11,219	11,216	11,289	11,417	Services de restauration
Overall economy	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,822	32,018	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Traveller accommodation services	-2.2	0.9	-0.9	-0.9	1.5	0.9	1.9	-0.8	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	-1.1	1.0	1.8	0.8	-0.8	0.0	0.7	1.1	Services de restauration
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Traveller accommodation services	-2.7	0.6	-1.0	-1.1	1.2	-0.2	1.2	-1.1	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	-1.6	0.7	1.7	0.7	-1.1	-1.1	-0.1	0.8	Services de restauration
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.4	0.6	Économie totale

Chart D8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates**Graphique D8. Taux de variation réels (ajustés selon l'IPC) de la rémunération****Chart D9. Wage and salary growth rates¹****Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹**

¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Arts, Entertainment and
Recreation Services
Industries**

**Arts, spectacles
et loisirs**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

E. Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

E. Arts, spectacles et loisirs

Note to Users:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

Under NAICS there is a considerable improvement in coverage of the arts, entertainment and recreation services industries, with a sizeable expansion in the number of industries covered. Hence, this section was created. The Arts, Entertainment and Recreation industries encompass establishments primarily engaged in operating facilities or providing services to meet the cultural, entertainment and recreational interests of their patrons.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le SCIAN a permis d'améliorer considérablement la couverture du secteur des arts, des spectacles et des loisirs grâce à une forte augmentation du nombre de branches d'activité étudiées, qui a justifié la création de ce nouveau secteur. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs comprend les établissements dont l'activité principale consiste à exploiter des installations ou à fournir des services répondant aux intérêts de leurs clients en matière de culture, de divertissement et de loisir.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Performing Arts, Spectator Sports and Related Industries (NAICS 711)

M7799* Other Business Services n.e.c.

Q9211* Restaurants, Licensed

R9611* Motion Picture & Video Production

R9631 Entertainment Prod. Companies and Artists

R9639* Other Theatrical & Staged Ent. Services

R9641 Professional Sports Clubs

R9642* Prof. Athletes & Promoters

R9643 Horse Race Tracks

R9644 Other Race Tracks

R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

R9699* Other Amusement & Recreational Services

R9999* Other Services n.e.c.

Heritage Institutions (NAICS 712)

O8551* Museums & Archives

R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

R9694* Coin-Operated Amusement Services

R9696 Botanical & Zoological Gardens

R9699* Other Amusement & Recreational Services

Amusement, Gambling and Recreation Activities (NAICS 713)

G4513* Non-Scheduled Air Transport (Rec. flying clubs)

Q9149* Other Recreation & Vacation Camps

R9651* Golf Courses

R9652 Curling Clubs

R9653* Skiing Facilities

Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes (SCIAN 711)

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Q9211* Restaurants avec permis de boissons

R9611* Production de films et de matériel visuel

R9631 Agences de spectacles et artistes

R9639* Autres théâtres et spectacles

R9641 Clubs sportifs professionnels

R9642* Athlètes professionnels et promoteurs indépendants

R9643 Hippodromes

R9644 Autres champs de course

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Établissements du patrimoine (SCIAN 712)

O8551* Musées et archives

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9694* Jeux automatiques

R9696 Jardins botaniques et zoologiques

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

Divertissement, loisirs et jeux du hasard et loteries (SCIAN 713)

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)

Q9149* Autres camps de vacances

R9651* Clubs de golf

R9652 Clubs de curling

R9653* Installations de ski

R9654* Boat Rentals & Marinas

R9659* Other Sports & Recreation Clubs

R9661 Gambling Operations

R9691 Bowling Alleys & Billiard

R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

R9693* Dance Halls, Studios & Schools

R9694 Coin-Operated Amusement Services

R9695 Roller Skating Facilities

R9699* Other Amusement & Recreational Services

R9799* Other Personal & Household Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Amusement and Recreation Services (96)

- Motion Picture, Audio and Video Production and Distribution (961)
- Motion Picture Exhibition (962)
- Theatrical and other Staged Entertainment Services (963)
- Commercial Spectator Sports (964)
- Sports and Recreation Clubs and Services (965)

R9654* Location de bateaux et ports de plaisance

R9659* Autres clubs sportifs et services de loisir

R9661 Loteries et jeux de hasard

R9691 Salles de quilles et salles de billard

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9693* Salles, studios et écoles de danse

R9694 Jeux automatiques

R9695 Pistes de patinage à roulettes

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

R9799* Autres services professionnels et domestiques n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé « Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord », qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services de divertissement et de loisir (96)

- Production et distribution de films et de matériel audiovisue (961)
- Projection de films cinématographiques (962)
- Théâtres et autres spectacles (963)
- Sports commerciaux (964)
- Clubs sportifs et services de loisir (965)

- Gambling Operations (966)
- Other Amusement and Recreation Services (969)

Personal and Household Services (97)

- Barber and Beauty Shops (971)
- Laundries and Cleaners (972)
- Funeral Services (973)
- Private Households (974)
- Other Personal and Household Services (979)

- Loteries et jeux de hasard (966)
- Autres services de divertissement et de loisir (969)

Services personnels et domestiques (97)

- Salons de coiffure et salons de beauté (971)
- Services de blanchissage et de nettoyage à sec (972)
- Pompes funèbres (973)
- Ménages (974)
- Autres services personnels et domestiques (979)

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Highlights — 4th Quarter 1999

- Amusement and recreation services industry output rose by 2.1% this quarter — double the rate of growth in the overall economy. However, prior to this quarter the industry's output had been flat in 1999. As a result, the industry's GDP is now 2.6% higher than it was four quarters ago. In contrast, the GDP for the whole economy rose by 4.6% during this same period.
- Output in the personal and household services industries rose by just 0.5% this quarter. This was the fifth consecutive quarter of sluggish growth. During the past five quarters, the GDP of these industries has risen by just 2.0%, while that for the overall economy has grown by 5.8%.
- Employment in the arts, entertainment and recreation services industries fell by 47,000 this quarter. All of the jobs lost were full-time positions. These losses arose from steep employment declines in heritage institutions and amusement parks, arcades, and other recreation services. Fourth quarter declines are not uncommon in these industries due to their seasonal natures.
- Compared to four quarters ago the arts, entertainment and recreation services industries now employ 20,000 more people. Most of the added jobs were in amusement parks, arcades and other recreational services. Also since last year, heritage institutions have increased their workforce by 13.2% while the gambling industries now employ 9.4% more people. The only employment decline was in the performing arts, spectator sports and related industries category (-3.0%).
- Average wages and salaries in amusement and recreation services rose by 1.0% this quarter, while those in the personal services industry increased by 0.2%. For each of these industry categories average remuneration has risen in four of the past five quarters.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 9.0%
GDP	↑ 1.4%

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 4^e trimestre 1999

- La production du groupe des services de divertissement et de loisirs a progressé de 2,1 % au quatrième trimestre, ce qui est deux fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie. Avant le présent trimestre, toutefois, la production de ce secteur était demeurée relativement inchangée en 1999. Ainsi, le PIB de ce secteur n'a progressé que 2,6 % depuis le dernier trimestre de 1998, alors le PIB pour l'ensemble de l'économie a affiché un gain de 4,6 %, durant la même période.
- Au quatrième trimestre, la production du secteur des services personnels et domestiques s'est accrue d'à peine 0,5 %, marquant ainsi un cinquième trimestre consécutif de faible croissance. Durant les cinq derniers trimestres, le PIB de ce secteur n'a augmenté que de 2,0 %, comparativement à un gain de 5,8 % pour l'ensemble de l'économie.
- Au quatrième trimestre, 47 000 emplois (tous à temps plein) ont été perdus dans le groupe des arts, des spectacles et des loisirs. Ces pertes sont le résultat d'un déclin marqué de l'emploi dans les établissements du patrimoine, les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs. Les pertes d'emploi au quatrième trimestre ne sont toutefois pas inhabituelles dans ces secteurs sujets à des fluctuations saisonnières.
- Depuis le quatrième trimestre de 1998, 20 000 emplois ont été créés dans le groupe des arts, des spectacles et des loisirs, principalement dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et les autres services de loisirs. Depuis l'an dernier, les établissements du patrimoine ont augmenté leurs effectifs de 13,2 % et les jeux de hasard emploient aujourd'hui 9,4 % plus de personnel. La seule baisse de l'emploi a été observée dans le secteur des arts d'interprétation, des sports, spectacles et activités connexes (-3,0 %).
- La rémunération moyenne dans les services de divertissement et de loisirs a augmenté de 1,0 % au quatrième trimestre, mais la hausse n'a été que de 0,2 % dans les services personnels. Dans chacun de ces secteurs la rémunération moyenne s'est accrue durant quatre des cinq derniers trimestres.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

Emploi*	↑ 9,0 %
PIB	↑ 1,4 %

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

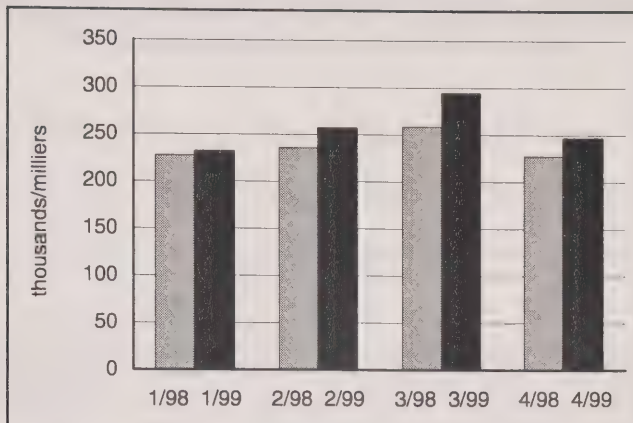


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

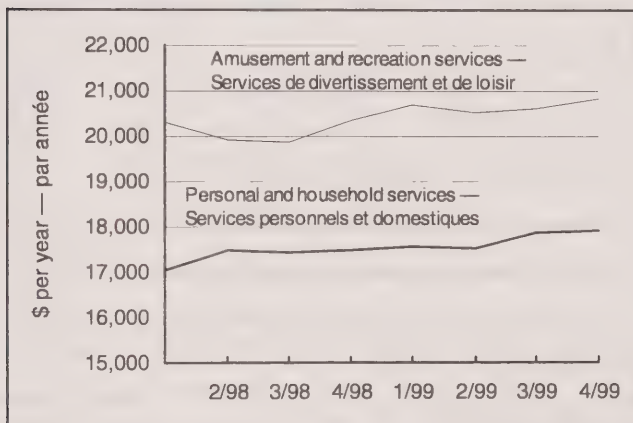


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel

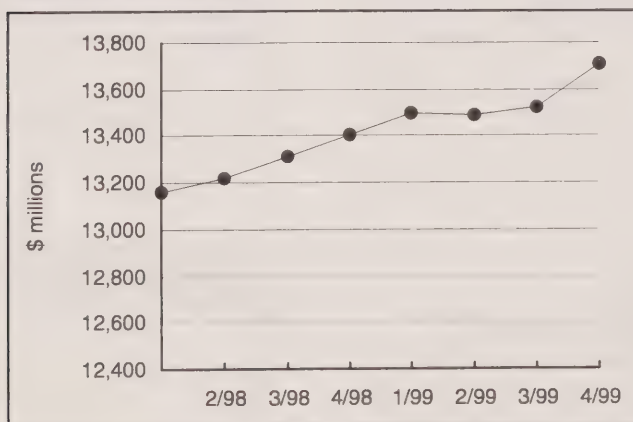


Table E1. Leisure and personal services, annualized
GDP at factor costTableau E1. Divertissements et services personnels,
PIB annualisé au coût des facteurs

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Amusement and recreation services	7,549	7,608	7,662	7,745	7,798	7,796	7,786	7,946	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	5,612	5,609	5,651	5,660	5,697	5,691	5,734	5,762	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	13,161	13,217	13,313	13,405	13,495	13,487	13,520	13,708	Total divertissements et services personnels
Overall economy	715,659	718,387	720,703	729,272	738,314	744,665	754,524	762,657	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	0.5	0.8	0.7	1.1	0.7	0.0	-0.1	2.1	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	1.5	-0.1	0.7	0.2	0.7	-0.1	0.8	0.5	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	0.9	0.4	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.2	1.4	Total divertissements et services personnels
Overall economy	0.6	0.4	0.3	1.2	1.2	0.9	1.3	1.1	Économie totale
% of Canada's GDP— % du PIB du Canada									
Amusement and recreation services	1.05	1.06	1.06	1.06	1.06	1.05	1.03	1.04	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.78	0.78	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	0.76	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.84	1.84	1.85	1.84	1.83	1.81	1.79	1.80	Total divertissements et services personnels

Chart E4. GDP nominal growth rates

Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB

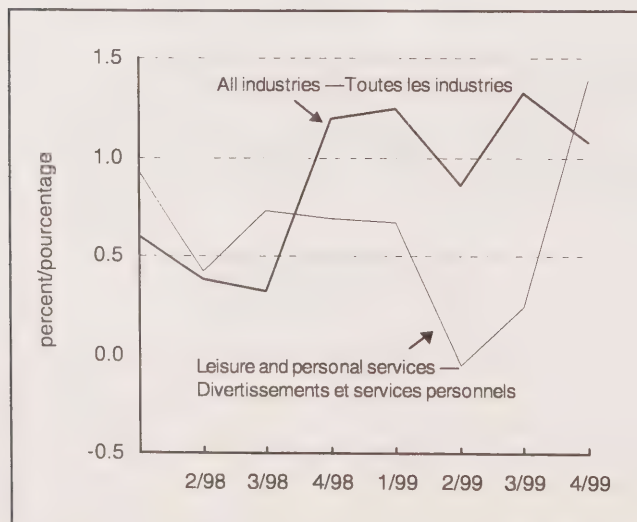
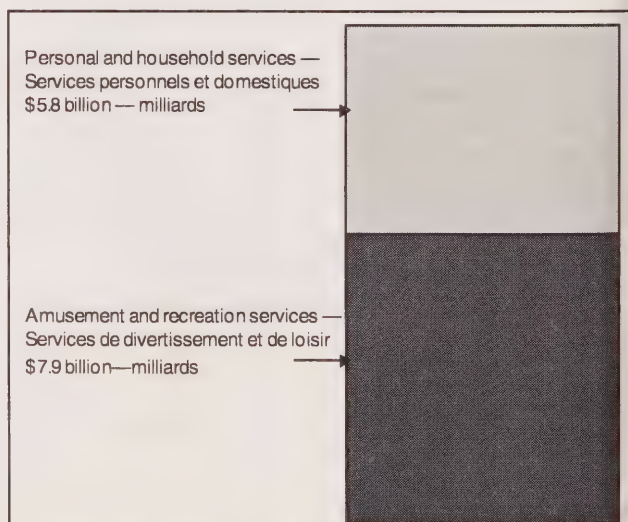


Chart E5. Output of leisure and personal services industries

Graphique E5. Production du groupe des divertissements et services personnels



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

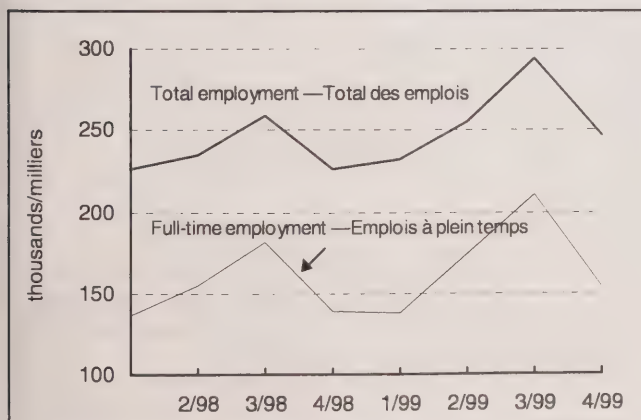
Table E2. Arts, entertainment and recreation services industries, employment**Tableau E2. Arts, spectacles et loisirs, emploi**

	1998				1999			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	thousands — milliers							
Employment								
Performing arts, spectator sports and related industries	102	96	94	90	83	84	91	87
Heritage institutions	13	17	21	14	13	17	25	16
Gambling industries	33	31	33	34	36	35	39	37
Amusement parks, arcades and other recreation	79	91	111	88	100	119	139	106
Total	226	235	259	227	232	256	294	247
Full-time	137	155	181	139	138	174	211	154
Part-time	90	80	78	88	94	81	83	93

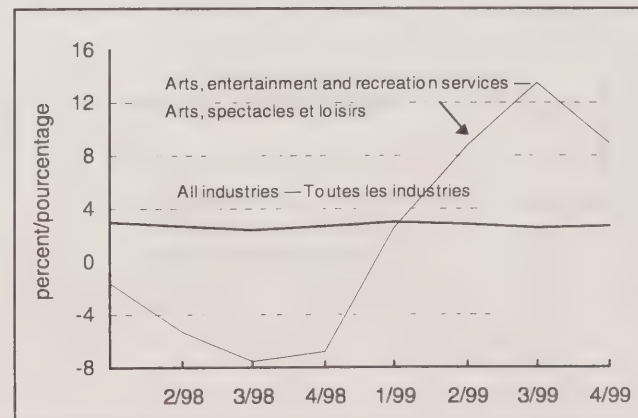
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

Rates of change (%)								
Performing arts, spectator sports and related industries	17.1	12.5	2.6	-11.6	-18.9	-12.2	-3.2	-3.0
Heritage institutions	-26.7	-11.7	-29.6	-19.1	1.6	-0.6	17.3	13.2
Gambling industries	-13.5	-13.4	4.5	7.3	10.4	13.3	18.0	9.4
Amusement parks, arcades and other recreation	-10.0	-15.5	-12.6	-4.0	27.4	31.1	25.8	20.2
Total	-1.6	-5.3	-7.6	-6.8	2.6	8.7	13.5	9.0
Full-time	-5.7	-6.5	-10.0	-12.8	1.0	12.5	16.3	10.7
Part-time	5.4	-2.9	-1.5	4.4	5.0	1.5	7.1	6.2
Overall economy growth rates (%)								
Total	2.9	2.7	2.4	2.7	3.0	2.8	2.6	2.7
Full-time	3.8	2.9	2.5	2.6	3.1	3.4	3.0	3.8
Part-time	-0.7	1.8	1.9	3.0	2.4	0.2	0.3	-1.7

Chart E6. Employment¹**Graphique E6. Emploi¹**

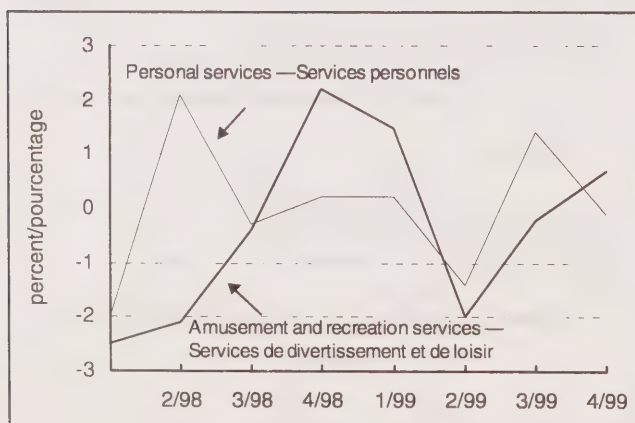
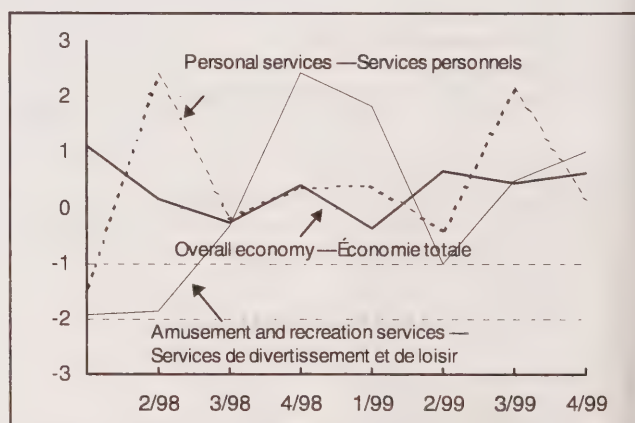
¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart E7. Employment growth rates²**Graphique E7. Taux de croissance de l'emploi²**

² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table E3. Leisure and personal services,
average wages and salariesTableau E3. Divertissements et services personnels,
rémunération

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Amusement and recreation services	20,305	19,930	19,865	20,345	20,715	20,506	20,606	20,818	Services de divertissement et de loisir
Personal services	17,064	17,468	17,434	17,500	17,574	17,504	17,873	17,902	Services personnels
Overall economy	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,822	32,018	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	-1.9	-1.8	-0.3	2.4	1.8	-1.0	0.5	1.0	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-1.4	2.4	-0.2	0.4	0.4	-0.4	2.1	0.2	Services personnels
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Amusement and recreation services	-2.5	-2.1	-0.4	2.2	1.5	-2.0	-0.2	0.7	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-2.0	2.1	-0.3	0.2	0.2	-1.4	1.4	-0.1	Services personnels
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.4	0.6	Économie totale

Chart E8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in
leisure and personal services industriesGraphique E8. Taux de croissance de la rémunération
(ajustés selon l'IPC) dans les divertissements et services
personnelsChart E9. Wage and salary growth rates in leisure and
personal services industries¹Graphique E9. Taux de croissance de la rémunération¹¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

Other Services Industries

Autres services

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

F. Other Services Industries

F. Autres Services

Note to Users:

This section offers employment data for some service industries not covered in the previous industry sections. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. Remuneration data and gross domestic product figures will later be added to this section when they become available on a NAICS-coded basis. This section broadly covers the following services industries, some of which have not been traditionally covered in *Services Indicators*:

Real Estate and Rental and Leasing Services (NAICS 53)

Management of Companies and Enterprises (NAICS 55)

Administrative and Support, Waste Management and Remediation Services (NAICS 56)

Educational Services (NAICS 61)

Health Care and Social Assistance Services (NAICS 62)

Repair, Maintenance, Personal, Laundry and Other Services (NAICS 81)

Note aux utilisateurs :

La présente section contient des données sur l'emploi pour les branches de certains services que ne couvrent pas les secteurs décrits dans les sections qui précèdent. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. On ajoutera plus tard les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut à cette section dès qu'elles seront produites en se fondant sur le SCIAN. Cette section décrit, de façon générale, les services ci-après, qui ne figuraient pas tous auparavant dans *Indicateurs des services* :

Services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53)

Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55)

Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56)

Services d'enseignement (SCIAN 61)

Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62)

Réparation, entretien, service personnel, blanchisseries et autres services (SCIAN 81)

Table F1. Other services industries, employment

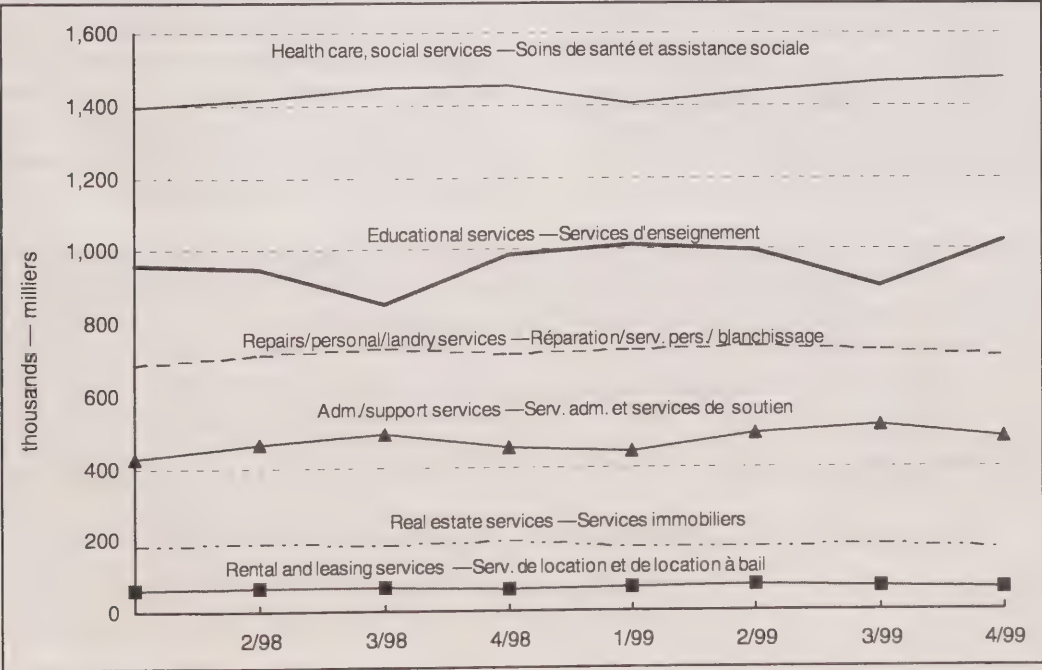
Tableau F1. Autres services, emploi

1998					1999				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Real estate services	183	191	187	193	179	178	183	173	Services immobiliers
Rental and leasing services	59	67	65	60	66	68	67	62	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	6	7	5	3	5	5	4	4	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	424	461	488	454	440	489	513	477	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	20	20	19	17	24	25	23	20	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	958	946	851	984	1,010	995	900	1,025	Services d'enseignement
Health care, social services	1,391	1,415	1,446	1,454	1,404	1,437	1,463	1,474	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	685	712	731	715	722	734	725	706	Réparation/serv. pers./blanchissage

Analytical table — Tableau analytique									
from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Real estate services	-3.4	5.9	12.6	13.5	-2.1	-7.0	-2.2	-10.4	Services immobiliers
Rental and leasing services	-9.0	-5.1	-9.3	5.9	11.5	2.4	2.3	4.7	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	10.9	170.4	62.1	-20.5	-21.3	-37.0	-17.0	38.7	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	8.4	9.6	10.5	6.8	3.8	6.1	5.1	5.2	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	-5.1	-2.0	-9.7	0.0	17.2	26.5	24.1	16.7	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	1.6	1.3	1.8	4.4	5.4	5.2	5.7	4.1	Services d'enseignement
Health care, social services	1.0	2.0	2.9	4.4	0.9	1.5	1.2	1.4	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	5.3	3.9	3.7	2.7	5.3	3.0	-0.8	-1.2	Réparation/serv. pers./blanchissage

Chart F1. Employment in various service industries

Graphique F1. Emploi dans des industries de services variés



Definitions and Concepts

Tables A1, B1, C1, D1 and E1

The value-added by industry data are produced at the source (IMAD) as annualized series. That is, the monthly total is multiplied by 12.

Tables A2, B2, C2, D2 and E2

Given that the employment data are not seasonally adjusted it makes little sense to depict them as time series. The relevant comparisons are between one quarter with the same quarter last year. This is how the rates of change are constructed and interpreted. Employment figures of less than 30,000 should be treated with caution as they may be subject to high sampling variability. As well, the number of self-employed excludes unpaid family workers.

Tables A3, B3, C3, D3 and E3

The salary data are annualized quarterly series. They refer to actual payroll and not rates of pay. The monthly average weekly wage and salary series (including overtime) are averaged over three months to produce average weekly earnings series for the quarter (smoothing moving-average technique). Then they are multiplied by 52. The resulting series show the estimated average annual wages and salaries. They reveal what an individual is expected to make in a year as seen from what the person makes this quarter. This kind of information is expected to change every quarter.

The CPI-adjusted rates of change are calculated as follows: first the annualized series are deflated with the CPI of the quarter (obtained from monthly series); and then, the rate of change from the previous quarter value of the series is estimated. This is the methodologically correct procedure to follow rather than to merely subtract the CPI from the series rate of change. The latter would be, at best, an approximation of the intended measurement.

Définitions et concepts

Tableaux A1, B1, C1, D1 et E1

Les données sur la valeur ajoutée par branche de services sont produites par la source (la DMAI) sous forme de séries annualisées. Autrement dit, le total mensuel est multiplié par 12.

Tableaux A2, B2, C2, D2 et E2

Étant donné que les données sur l'emploi ne sont pas désaisonnalisées, il n'est pas très logique de les qualifier de séries chronologiques. Les comparaisons pertinentes sont les comparaisons entre un trimestre et le trimestre correspond à l'année précédente. C'est ainsi que sont construits et interprétés les taux de variation. Lorsque le nombre d'emplois est inférieur à 30 000, il faut interpréter les données avec circonspection, puisqu'elles peuvent présenter une variabilité d'échantillonnage élevée. De même, le nombre de travailleurs autonomes exclut les employés de la famille qui ne sont pas salariés.

Tableaux A3, B3, C3, D3 et E3

Les données sur la rémunération sont présentées sous forme de séries trimestrielles annualisées. Elles correspondent aux salaires réels et non aux taux de rémunération. On établit la moyenne sur trois mois de la série mensuelle des gains hebdomadaires moyens pour produire la série des gains hebdomadaires moyens pour le trimestre (au moyen de la technique du lissage des moyennes mobiles). Le résultat est ensuite multiplié par 52, ce qui donne une estimation des gains annuels. On calcule donc le revenu qu'une personne devrait toucher en un an à partir du revenu qu'elle a gagné au cours du trimestre. Ce genre de données sur la rémunération devrait varier d'un trimestre à l'autre.

Les taux de variation corrigés en fonction de l'IPC sont calculés selon la technique suivante : tout d'abord, les séries annualisées sont dégonflées au moyen de l'IPC du trimestre (obtenu à partir des séries mensuelles); puis le taux de variation de la valeur de la série établie pour le trimestre précédent est calculé. Il s'agit de la bonne procédure à appliquer au lieu de simplement soustraire l'IPC du taux de variation des séries. Cela devrait donner, en principe, une estimation de la mesure voulue.



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:



MAIL

Statistics Canada
Dissemination Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6 Canada



PHONE
1 800 267-6677
(613) 951-7277



FAX
1 877 287-4369
(613) 951-1584



E-MAIL: order@statcan.ca

(Please print)



1 800 363-7629
Telecommunication Device
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

()

()

Postal Code

Phone

Fax

E-mail Address:

Your personal information is protected by the *Privacy Act*. **

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$

(payable to the Receiver General for Canada)



Purchase
Order Number
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue(s) or indicate an "S" for subscription(s)	Price (All prices exclude sales tax)	*Shipping Charges (Applicable to shipments sent outside Canada)	Quantity	Total \$



*Shipping charges: No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6 per issue or item ordered. For shipments to other countries, please add \$10 per issue or item ordered. Annual frequency = 1. Quarterly frequency = 4. Monthly frequency = 12.



Canadian clients add **either** 7% GST and applicable PST **or** HST (GST Registration No. R121491807).



Clients outside Canada pay in Canadian dollars drawn on a Canadian bank **or** pay in equivalent US dollars, converted at the prevailing daily exchange rate, drawn on a US bank.



Statistics Canada is FIS-ready. Federal government departments and agencies must include with all orders their IS Organization Code _____ and IS Reference Code _____.



** Statistics Canada will only use your information to complete this sales transaction, deliver your product(s), and administer your account. From time to time, we may also offer you other Statistics Canada products and services and conduct market research. If you do not wish to be contacted again for promotional purposes ☐ and/or market research, ☐ check as appropriate and fax or mail this page to us, call 1 800 700-1033 or e-mail order@statcan.ca.

SUBTOTAL

GST (7%)

Applicable PST

Applicable HST
(N.S., N.B., Nfld.)

GRAND TOTAL

PF099000



THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada
Statistique Canada

www.statcan.ca

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada
Division de la diffusion
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6 Canada



TÉLÉPHONE

1 800 267-6677
(613) 951-7277



TÉLÉCOPIEUR

1 877 287-4369
(613) 951-1584



COURRIEL : order@statcan.ca



1 800 363-7629

Appareils de télécommunications
pour les malentendants

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie

Service

À l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

()

()

Code postal

Téléphone

Télécopieur

Courriel :

Vos renseignements personnels sont protégés par la Loi sur la protection des renseignements personnels.**

MODALITÉS DE PAIEMENT :

(Cochez une seule case)



Veuillez débiter mon compte



VISA



MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (en majuscules s.v.p.)

Signature



Paiement inclus \$

(à l'ordre du Receveur général du Canada)



N° du bon
de commande

(veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Édition(s) demandée(s) ou inscrire « A » pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)	*Frais de port (Pour les envois à l'extérieur du Canada)	Quantité	Total \$

*Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$ pour chaque numéro ou article commandé. Fréquence des parutions : publication annuelle = 1; publication trimestrielle = 4; publication mensuelle = 12.

Les clients canadiens ajoutent **soit** la TPS de 7 % et la TVP en vigueur, **soit** la TVH (TPS numéro R121491807).

Les clients de l'étranger paient en dollars canadiens tirés sur une banque canadienne ou en dollars US tirés sur une banque américaine selon le taux de change quotidien en vigueur.

Statistique Canada utilise la SIF. Les ministères et les organismes du gouvernement fédéral doivent indiquer sur toutes les commandes leur code d'organisme RI _____ et leur code de référence RI _____.

** Statistique Canada utilisera les renseignements qui vous concernent seulement pour effectuer la présente transaction, livrer votre (vos) produit(s) et gérer votre compte. Nous pourrions de temps à autre vous informer au sujet d'autres produits et services de Statistique Canada et mener des études de marché. Si vous ne voulez pas qu'on communique avec vous de nouveau pour des promotions ☐ ou des études de marché, ☐ cochez la case correspondante et faites-nous parvenir cette page par télécopieur ou par la poste, téléphonez-nous au 1 800 700-1033 ou envoyez un courriel à order@statcan.ca.

TOTAL

TPS (7 %)

TVP en vigueur

TVH en vigueur
(N.-É., N.-B., T.-N.)

TOTAL GÉNÉRAL

PF099000

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique
Canada

Statistics
Canada

www.statcan.ca

Canada

For over 30 years, **CANSIM** has made it possible for Canadian businesses to track trends in virtually every sector of Canadian social and economic life.



A universe
of Canadian
socio-economic data

Un univers
de données
socioéconomiques
canadiennes

Depuis plus de 30 ans **CANSIM** permet aux entreprises canadiennes de suivre de près les tendances dans presque tous les secteurs de la vie sociale et économique au Canada.

So, when YOU need accurate, precise and timely data from a source you can trust, look no further than **CANSIM** and its more than 700,000 time series—some extending back more than 50 years!

Available on CD-ROM and online through Statistics Canada and our licensed distributors, this multi-subject database provides a wide range of statistical information on **labour, transportation, population, finance, international trade, manufacturing, prices and much more.**

Using **CANSIM** is simple.

The **CD-ROM** offers you an **UNLIMITED ACCESS** to **CANSIM**'s complete historical records. For the last time ever, the CD-ROM was produced in March 2000.

The **online version**, updated daily, allows you to pick and choose **THE LATEST TIME SERIES YOU WANT!**

Whether it's from the CD-ROM or the online version, getting the exact range of data you need takes only a few minutes—and you can download it to your preferred software application.

In a nutshell, this powerful database presents **an organized universe of business, economic and social data** that you can explore and mine for the information you need, exactly when you need it!

CD-ROM: \$1,995
In Canada, please add **either** GST and applicable PST **or** HST. Shipping charges:
No shipping charges for delivery in Canada. For shipments to the United States, please add \$6. For shipments to other countries, please add \$10.

Online: \$3 per time series

The CD-ROM and the online version are also available through our licensed distributors. For details, check the listing at **www.statcan.ca.**

To order:

- Phone **1 800 263-1136** and discuss your requirements with our knowledgeable account executives.
- Access our Web site at **www.statcan.ca.**

Tomorrow's socio-economic decisions need **CANSIM** today!

Alors, si VOUS avez besoin de données exactes, précises et à jour provenant de source sûre, ne cherchez plus et consultez **CANSIM** et ses 700 000 séries chronologiques, certaines remontant à plus de 50 ans!

Disponible sur CD-ROM et en direct auprès de Statistique Canada et de ses distributeurs autorisés, cette base de données polyvalente fournit un vaste éventail de renseignements statistiques sur **le travail, le transport, la population, la finance, le commerce international, la fabrication, les prix et plus encore.**

L'utilisation de **CANSIM** est simple.

Le **CD-ROM** vous offre un **ACCÈS ILLIMITÉ** à tous les enregistrements chronologiques de **CANSIM**. L'édition de mars 2000 était la dernière à paraître.

La **version en direct**, mise à jour quotidiennement, vous permet de repérer et de choisir **LA SÉRIE CHRONOLOGIQUE LA PLUS ACTUELLE!**

Que vous utilisiez le CD-ROM ou la version en direct, vous obtiendrez en quelques minutes seulement la gamme exacte de données dont vous avez besoin, données que vous pouvez télécharger dans votre application logicielle préférée.

Grosso modo, cette base de données puissante présente **un univers organisé de données commerciales, économiques et sociales** que vous pouvez explorer et dont vous pouvez extraire les renseignements voulus, au moment où vous en avez besoin!

CD-ROM : 1 995 \$
Au Canada, veuillez ajouter **soit** la TPS et la TVP en vigueur, **soit** la TVH. Frais de port : Aucuns frais pour les envois au Canada. Pour les envois à destination des États-Unis, veuillez ajouter 6 \$. Pour les envois à destination des autres pays, veuillez ajouter 10 \$.

En direct : 3 \$ par série chronologique

Vous pouvez également vous procurer le CD-ROM et la version en direct auprès des distributeurs autorisés. Vous trouverez leurs coordonnées à l'adresse **www.statcan.ca.**

Pour commander :

- Composez le **1 800 263-1136** et faites part de vos besoins à l'un de nos analystes-conseils chevronnés.
- Visitez notre site Web à **www.statcan.ca.**

Pour prendre des décisions éclairées en matière socioéconomique, consultez **CANSIM** dès maintenant!

Get online



Soyez branché

with
**Statistics Canada's
Electronic Publications!**

grâce aux publications
électroniques de
Statistique Canada!

Go virtual with Statistics Canada's electronic publications. From Arts and Culture to Travel, Transport and Warehousing, you have over 120 titles in 18 topic categories to choose from — and the list is growing every day.

Vivez au rythme virtuel des publications électroniques de Statistique Canada. De la rubrique Arts et culture à la rubrique Voyages, transport et entreposage, vous trouverez plus de 120 titres répartis en 18 catégories, et la liste s'allonge de jour en jour.

Save money.

Order online and you'll receive a 25% price reduction from that of our print publications.

One price, many rewards.

Statistics Canada subscriptions offer indefinite access to your publication and up to three years of its previous issues.

Built to last.

Unlike paper, e-versions won't yellow, fade or tear. They will stay intact and accessible for years to come!

Find the information you need now.

Online documents allow you to search, locate and print exactly what you are looking for.

Be the first to know.

Our electronic publications are regularly available before print versions, so you always have access to the most current releases.

Feel safe about ordering online.

Our secure site makes using your credit card online safe and easy. Guaranteed.

Be green.

By consciously choosing electronic over paper, you're doing your part to be ecologically friendly. Feel good about doing business, respecting the environment and saving precious resources.

Save time.

Access your publication on the day of release — no more waiting for delivery.

Put the data to work.

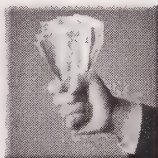
Copy text from our online publications right into your documents and databases.

Access anywhere, anytime.

Get up-to-date detailed information quickly and efficiently, regardless of location and time constraints.

On our site, go to Products and Services, select Downloadable publications (\$) and simply follow the steps to subscribe or purchase. It's that easy!

www.statcan.ca
BUILT FOR BUSINESS



Économisez de l'argent.

Les achats en ligne vous donnent droit à un rabais de 25 % sur le prix des ouvrages imprimés.

Un seul prix, beaucoup de primes.

À Statistique Canada, les abonnements sont assortis d'un accès illimité à la publication que vous choisissez et aux numéros antérieurs pour une période pouvant couvrir jusqu'à trois années.

Conçues pour durer.

Contrairement aux documents imprimés, les versions électroniques ne jaunissent pas, ne se décolorent pas et ne se déchirent pas. Elles restent intactes et accessibles pendant des années!

Trouvez les renseignements que vous cherchez maintenant.

Les documents en ligne vous permettent de chercher, de trouver et d'imprimer exactement ce que vous désirez obtenir.

Prenez la tête du peloton.

Nos publications électroniques sortent généralement avant les versions imprimées; vous avez donc accès aux parutions les plus récentes.

Soyez rassuré quant aux commandes en ligne.

Grâce à la sûreté de notre site, l'utilisation en ligne de votre carte de crédit est simple et sans risque. C'est garanti.

Pensez «écolo».

En optant pour les produits électroniques plutôt que les documents imprimés, vous participez à la préservation de l'environnement. Faites d'une pierre, trois coups : travaillez, respectez l'environnement et conservez des ressources précieuses.

Gagnez du temps.

Accédez à la publication le jour de sa parution — aucun délai de livraison.

Mettez les données à l'oeuvre.

Copiez des extraits de nos publications en ligne directement dans vos documents et bases de données.

Accès partout, en tout temps.

Obtenez rapidement et efficacement des renseignements détaillés et à jour, peu importe les contraintes de lieu et de temps.

Sur notre site, cliquez sur Produits et services, puis sélectionnez Publications téléchargeables (\$). Vous n'avez qu'à suivre les étapes pour acheter ou vous abonner. C'est aussi simple que cela!

**COMMANDEZ
MAINTENANT!**
ORDER NOW!

www.statcan.ca
CONÇU POUR LES AFFAIRES

